

**ANALISIS PENERAPAN ETIKA BISNIS YANG BERWAWASAN
LINGKUNGAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DITINJAU DARI
PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM**

**(Studi Pada Usaha The Gergaji Tangan, Kelurahan Rajabasa Nunyai
Kecamatan Rajabasa, Bandar Lampung)**



Skripsi

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-tugas Dan Memenuhi Syarat-syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)**

Oleh:

**ALDEA ROSA
NPM : 1451010146**

Program Studi : Ekonomi Syari'ah

Pembimbing I : Hanif, S.E., M.M.

Pembimbing II : Okta Supriyaningsih, S.E., M.E.Sy

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN
LAMPUNG
1440 H / 2018 M**

**ANALISIS PENERAPAN ETIKA BISNIS YANG BERWAWASAN
LINGKUNGAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DITINJAU DARI
PERSPEKTIF ISLAM**

**(Studi Pada Usaha The Gergaji Tangan, Kelurahan Rajabasa Nunyai
Kecamatan Rajabasa, Bandar Lampung)**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-tugas dan Memenuhi Syarat-syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Dalam Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam



Pembimbing I : Hanif, S.E., M.M.
Pembimbing II : Okta Supriyaningsih, S.E., M.E.Sy

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN
LAMPUNG
1439 H / 2018 M**

ABSTRAK

Peningkatan pertumbuhan ekonomi menyebabkan lebih tingginya pendapatan masyarakat dan pada akhirnya menjadi pendorong tumbuhnya konsumsi rumah tangga. Sehingga menyebabkan konsumsi masyarakat terhadap barang dan jasa juga meningkat. Hal tersebut menyebabkan meningkatnya jumlah sampah yang menyebabkan pencemaran lingkungan. Perkembangan bisnis yang makin pesat saat ini juga diiringi dengan meningkatnya permasalahan lingkungan yang makin kompleks. Permasalahan lingkungan telah menjadi isu strategis untuk dikaji dan diselesaikan oleh berbagai pihak. Bisnis merupakan kegiatan yang berhubungan dan berkepentingan dengan lingkungan. Aktivitas bisnis merupakan kegiatan pengelolaan sumber-sumber ekonomi yang disediakan oleh alam lingkungan. Maka dari itu untuk mengurangi dampak pencemaran lingkungan yang disebabkan oleh pembuangan sampah atau limbah yang tidak terkendali, bisnis yang berwawasan lingkungan bisa dijadikan solusi untuk mengurangi pencemaran lingkungan.

Rumusan masalah adalah (1) bagaimana penerapan etika bisnis yang berwawasan lingkungan terhadap kepuasan konsumen jika ditinjau dari prinsip-prinsip etika bisnis Islam, dan (2) bagaimana penerapan etika bisnis Islam dalam bidang produksi, distribusi, dan konsumsi terhadap kepuasan konsumen. Penelitian ini bertujuan (1) untuk mengetahui penerapan etika bisnis yang berwawasan lingkungan terhadap kepuasan konsumen jika ditinjau dari prinsip-prinsip etika bisnis Islam, serta (2) untuk mengetahui etika bisnis Islam dalam bidang produksi, distribusi, dan konsumsi terhadap kepuasan konsumen.

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*). Sampel dalam penelitian ini adalah 36 responden. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan pengambilan sampel secara acak (*stratified random sampling*). Metode pengumpulan data dengan cara kuesioner, wawancara, dan observasi. Analisis datanya menggunakan deskriptif kualitatif yaitu menggambarkan secara jelas mengenai perilaku dan transaksi bisnis pada usaha the gergaji tangan sesuai dengan fakta yang ada di lapangan.

Berdasarkan hasil observasi, kuesioner dan wawancara yang diperoleh dari para penjual dan pembeli penerapan etika bisnis Islam di usaha The Gergaji Tangan jika ditinjau dari ke-empat prinsip-prinsip etika bisnis Islam yang dijadikan tolak ukur, sudah diterapkan dengan cukup baik oleh penjual. Hanya saja pada prinsip keadilan jika dilihat dari segi jawaban pembeli masih belum diterapkan sepenuhnya artinya karena dalam berdagang penjual masih menawarkan barang dagangan dengan harga yang berbeda kepada pembeli. Dan penerapan etika bisnis islam dalam bidang produksi, distribusi, dan konsumsi sudah ditetapkan dengan baik di usaha the gerjaji tangan karena telah sesuai dengan perpektif Islam, yaitu produksi, distribusi, dan konsumsi tidak hanya memberi kebutuhan dan kepuasan kepada konsumennya saja melainkan juga menjadi sarana ketaatan kepada Allah SWT.

Kata Kunci: Etika Bisnis, Produksi, Distribusi, Konsumsi, Kepuasan konsumen.



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN
LAMPUNG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Alamat : Jl. Let. Kol. H. Endro Suratmin Sukarama I Tlp. (0721) 703260 Bandar Lampung 35131

PERSETUJUAN

Judul Skripsi

**: ANALISIS PENERAPAN ETIKA BISNIS YANG
BERWAWASAN LINGKUNGAN TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN DITINJAU DARI
PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (Studi pada
Usaha The Gergaji Tangan, Kelurahan Rajabasa
Nunyai Kecamatan Rajabasa, Bandar Lampung).**

Nama Mahasiswa

Aldea Rosa

NPM

1451010146

Program Studi

: Ekonomi Syariah

Fakultas

: Ekonomi dan Bisnis Islam

MENYETUJUI

**untuk dimunaqosahkan dan dipertahankan dalam sidang munaqosah Fakultas Ekonomi
dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung**

Bandar Lampung, 16 Oktober 2018

Pembimbing I

Pembimbing II

Hanif, S.E., M.M.

Okta Supriyaningsih, S.E.M.E.Sy

NIP. 19740823 200003 1 001

Mengetahui

Ketua Jurusan Ekonomi Syariah

Madnasir, S.E., M.S.I

NIP : 19750424 200212 1 001



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN
LAMPUNG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Alamat : Jl. Let. Kol. H. Endro Suratminto Sukarame I Tlp. (0721) 703260 Bandar Lampung 35131

PENGESAHAN

Skripsi dengan judul **"ANALISIS PENERAPAN ETIKA BISNIS YANG BERWAWASAN LINGKUNGAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DITINJAU DARI PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (Studi pada Usaha The Gergaji Tangan, Kelurahan Rajabasa Nunyai Kecamatan Rajabasa, Bandar Lampung)"**, disusun oleh : **Adea Rosa NPM 1451010146 Jurusan Ekonomi Syariah** telah diujikan dalam sidang Munaqosyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung pada hari/tanggal : **Senin / 08 Oktober 2018**.

TIM MUNAQOSYAH

Ketua Sidang : **Drs. H. Nasruddin, M. Ag**

Sekretaris : **Diah Mukminatul, M.E.Sy.**

Penguji I : **A. Zuliansyah, S.E., M.M.**

Penguji II : **Hanif, S.E., M.M.**

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Dr. Moh Bahrudin, M.A

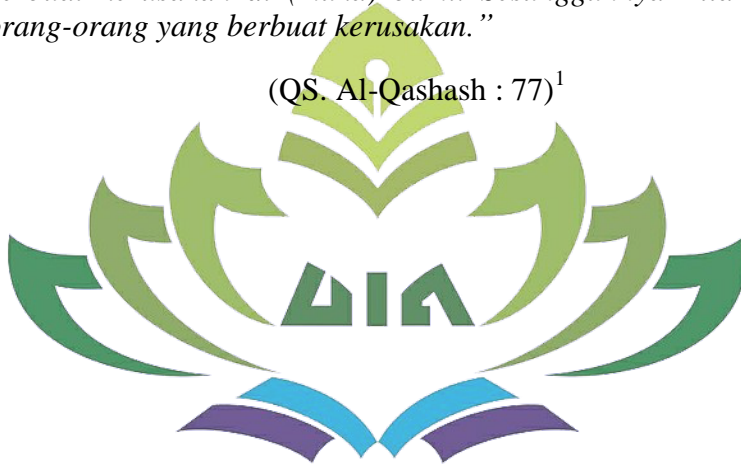
NIP : 19580824 198903 1 003

MOTTO

وَابْتَغِ فِيمَا ءَاتَاكَ اللَّهُ الدَّارَ الْآخِرَةَ ۖ وَلَا تَنْسَ نَصِيبَكَ مِنَ الدُّنْيَا ۚ وَأَحْسِنَ كَمَا
أَحْسَنَ اللَّهُ إِلَيْكَ ۖ وَلَا تَبْغِ الْفُسَادَ فِي الْأَرْضِ ۚ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْمُفْسِدِينَ ﴿٧٧﴾

Artinya: “Dan carilah pada apa yang telah dianugerahkan Allah kepadamu (kebahagiaan) negeri akhirat, dan janganlah kamu melupakan bahagianmu dari (kenikmatan) duniawi dan berbuat baiklah (kepada orang lain) sebagaimana Allah telah berbuat baik, kepadamu, dan janganlah kamu berbuat kerusakan di (muka) bumi. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berbuat kerusakan.”

(QS. Al-Qashash : 77)¹



¹Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya* (Bandung: PT Sygma Examedia Arkanleema, 2014), h. 394

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan dan dedikasikan sebagai bentuk ungkapan rasa syukur dan terimakasih saya yang mendalam kepada:

1. Kedua orang tuaku tercinta, teruntuk ibuku Amiyana, wanita terhebat di bumi dan untuk Ayahku lelaki yang dicintai ibuku, terimakasih karena telah menjadi motivator terbesar dalam hidupku yang selalu mendo'akan dan menyayangiku tanpa syarat sehingga atas pengorbanan dan kesabaran kalian mengantarku sampai kini. Tak pernah cukup ku balas cinta kasih ayah dan ibu padaku.
2. Untuk kakaku Aan Alendra, terimakasih atas doamu yang selalu mengiringiku, serta dukungan moral maupun moril sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
3. Untuk ayukku Ria Virsa, dan Adikku Emilia Virsa terimakasih karena selalu ada mendampingiku dikala susah ataupun senang dan telah memberiku nasihat dan dukungan sehingga skripsi ini terselesaikan.
4. Untuk Keluarga besar yang ku miliki di baturaja dan sekitarnya. Terimakasih karena telah menjadi motivasi dengan selalu bertanya kapan wisuda.
5. Sahabat-sahabatku Dina, Indri, Dila, Indri dan terkhusus Rika Handayani yang telah menemaniku setiap hari, dan Elisa oktavia Primadani yang telah menjadi patner kesana kemari sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
6. Untuk sahabat kecil hingga sekarang, Umeh Didi, Selot, dan teman SD, SMP, dan SMA yang lainnya terimakasih karena telah memberi semangat dalam pembuatan skripsi ini.

7. Seluruh teman KKN kelompok 61 Abang, Mba kika, Mbah Tika, Abi, Nong Intan, Yuk mucu, dan Bunda terimakasih telah menjadi teman terbaikku, mendukungku dan selalu bertukar informasi, dan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Teman-teman seperjuanganku Ekonomi Syariah, khususnya kelas B dan Almamater UIN Raden Intan Lampung yang tercinta.
9. Tidak lupa juga untuk Jodohku nanti yang masih jadi rahasia Allah SWT, yang pernah bertemu ataupun yang belum sempat berjumpa, terima kasih telah menjadi baik dan bertahan disana 😊



RIWAYAT HIDUP

Penulis dianugerahi nama Aldea Rosa, dilahirkan di desa Sukamarga Kecamatan Abung Kunang Kabupaten Lampung Utara pada tanggal 19 Februari 1997. Penulis merupakan anak kedua dari dua bersaudara yang merupakan putri dari pasangan Ayah Albet dan Ibu Amiyana. Riwayat pendidikan penulis yang telah diselesaikan adalah sebagai berikut:

1. Pendidikan Sekolah Dasar di tempuh di SD Negeri 02 Bindu yang diselesaikan pada tahun 2008.
2. Melanjutkan Pendidikan di Sekolah Menengah Pertama di SMP Negeri 01 Abung Pekurun yang diselesaikan pada tahun 2011.
3. Pada tahun 2012 melanjutkan ke sekolah menengah atas di SMAN 4 Kotabumi yang diselesaikan pada tahun 2014.
4. Kemudian pada tahun 2014 melanjutkan pendidikan S1 ke perguruan tinggi Universitas Islam Negeri (UIN) Raden Intan Lampung dengan mengambil Program Studi Ekonomi Syari'ah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

KATA PENGANTAR

Bismillahirrohmanirrohim,

Segala puji bagi Allah SWT yang senantiasa melimpahkan segala rahmat, karunia, dan petunjuk Nya. Sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “*Analisis Penerapan Etika Bisnis Yang Berwawasan Lingkungan Terhadap Kepuasan Konsumen Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam (Studi pada Usaha The Gergaji Tangan, Kelurahan Rajabasa Nunyai Kecamatan Rajabasa Bandar Lampung)*”, ini dengan baik. Shalawat serta salam semoga tetap terlimpahkan kepada Nabi Muhammad SAW dan juga keluarga, sahabat, serta para pengikut beliau.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini, penulis dengan ketulusan dan kerendahan hati ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada semua pihak yang telah dengan ikhlas memberikan masukan dan kontribusi berarti dalam proses penelitian dan penyusunan skripsi ini, antara lain:

1. Bapak Dr. Moh. Bahrudin, M.A selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) UIN Raden Intan Lampung yang senantiasa tanggap terhadap masalah-masalah akademik mahasiswa.

2. Bapak Madnasir, S.E selaku Ketua jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung yang telah membimbing kami selama masa studi hingga pada akhirnya kami dapat menyelesaikan studi S1 di Jurusan Ekonomi Syariah dengan baik dan lancar.
3. Bapak Hanif, S.E., M.M selaku pembimbing satu yang telah banyak meluangkan waktu dan memberi arahan dalam membimbing serta memberikan motivasi sehingga skripsi ini selesai.
4. Ibu Okta Supriyaningsih, S.E., M.E.Sy selaku pembimbing dua yang membantu meluangkan waktu dan senantiasa memberikan kritik, saran dan arahan hingga dapat terselesaikanya skripsi ini dengan baik.
5. Bapak Ibu Dosen dan Karyawan Perpustakaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung yang telah memberikan motivasi serta ilmu yang bermanfaat kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan studi.
6. Dan semua pihak yang telah membantu yang tidak bisa disebutkan satu persatu, semoga kita selalu terikat dalam Ukhuwah Islamiyah.

Akhir kata jika penulis ada kesalahan dan kelalaian dalam penulisan skripsi ini penulis mohon maaf dan kepada Allah mohon ampun dan perlindungan-Nya. Semoga karya penulis dapat bermanfaat bagi kita semua.

Bandar Lampung 7 Agustus 2018

Aldea Rosa
NPM.1451010146

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
ABSTRAK	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	iii
PENGESAHAN	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN.....	vi
RIWAYAT HIDUP	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
DAFTAR ISI.....	xv

BAB I PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul	1
B. Alasan Memilih Judul	2
C. Latar Belakang Masalah.....	5
D. Fokus Penelitian.....	12
E. Rumusan Masalah	12
F. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	12
G. Metodologi Penelitian	14

BAB II LANDASAN TEORI

A. Etika Bisnis Islam	
1. Etika Bisnis Secara Umum	
a. Pengertian Etika Bisnis.....	18
b. Teori Etika.....	20
2. Etika Bisnis Perspektif Islam	
a. Tata Krama Dalam Perilaku Bisnis	25
b. Prinsip-prinsip Etika Bisnis Islam	28
c. Etika Islam Dalam Produksi Dan Distribusi Konsumsi	33
B. Bisnis Berwawasan Lingkungan	
1. Pengertian Bisnis Berwawasan Lingkungan.....	43
2. Indikator Berwawasan Lingkungan	45
3. Karakteristik produk hijau.....	45
4. Dampak Mencapai Bisnis Berwawasan Lingkungan.....	47
C. Kepuasan Konsumen	
1. Pengertian Kepuasan Konsumen.....	48
2. Indikator Kepuasan Konsumen	49
3. Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan Konsumen	51
4. Kepuasan Konsumen Dalam Perspektif Islam	52
D. Penelitian Terdahulu	54
E. Kerangka Pemikiran.....	56

BAB III GAMBARAN LOKASI PENELITIAN

A. Gambaran Umum Tempat Penelitian	
1. Gambaran Umum Kelurahan Rajabasa Nunyai	58
2. Struktur Organisasi.....	59
B. Gambaran Umum Usaha The Gerjaji Tangan	
1. Sejarah Berdirinya Usaha The Gerjaji Tangan	61
2. Visi dan Misi	62
3. Struktur Organisasi.....	63
4. Produk Usaha The Gerjaji Tangan	64
5. Sasaran Konsumen	65
6. Konsep Pemasaran Usaha The Gerjaji Tangan	65
C. Hasil Penelitian	
1. Gambaran Responden.....	68
a. Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	68
b. Distribusi Responden Berdasarkan Usia.....	69
c. Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	69
d. Distribusi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	70
2. Hasil Distribusi Jawaban Responden Pada Prinsip-prinsip Etika Bisnis Islam Di Usaha The Gergaji Tangan	71
3. Hasil Wawancara Dan Observasi Dalam Bidang Produksi di Usaha The Gergaji Tangan	84
4. Hasil Wawancara Dalam Bidang Distribusi di Usaha The Gergaji Tangan	85
5. Hasil Wawancara Dalam Bidang Konsumsi di Usaha The Gergaji Tangan	87

BAB IV ANALISIS DATA

A. Penerapan Etika Bisnis Yang Berwawasan Lingkungan Terhadap Kepuasan Konsumen Ditinjau Dari Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam ...	88
B. Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Bidang Produksi, Distribusi, Dan Konsumsi di Usaha The Gergaji Tangan	104

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	111
B. Saran.....	112

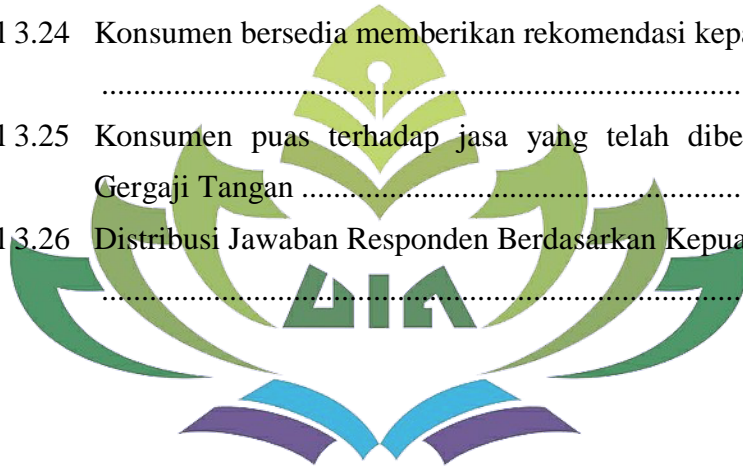
DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

1. Tabel 3.1	Data lingkungan Kelurahan Rajabasa Nunyai Tahun 2017	56
2. Tabel 3.2	Penduduk berdasarkan gander Tahun 2017	59
3. Tabel 3.3	Luas Wilayah Menurut Penggunaan	59
4. Tabel 3.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	68
5. Tabel 3.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	69
6. Tabel 3.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	69
7. Tabel 3.7	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan.....	70
8. Tabel 3.8	Dalam berdagang tidak pernah menawarkan barang dagangan dengan harga yang berbeda kepada semua pembeli	71
9. Tabel 3.9	Pada saat barang langka pedagang tidak hanya mengutamakan konsumen tetap tetapi konsumen barupun diperhatikan.....	72
10. Tabel 3.10	Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Prinsip Keadilan ..	72
11. Tabel 3.11	Barang yang dijual kepada pembeli sesuai dengan kondisinya tanpa melebih-lebihkan ataupun mengurangi.....	73
12. Tabel 3.12	Penjual dalam berdagang tidak pernah mengurangi (ukuran dan jumlah) barang yang telah dibeli/pesan konsumen.....	74
13. Tabel 3.13	Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Prinsip Kebenaran: Kebajikan dan Kejujuran	74
14. Tabel 3.14	Penjual membiarkan pedagang lain menjual barang dagangan yang sama dan bersaing secara sehat.....	75
15. Tabel 3.15	Penjual dalam berdagang tidak pernah memaksa pembeli untuk membeli barang dagangan yang dijual	76
16. Tabel 3.16	Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Prinsip Kehendak Bebas.....	76
17. Tabel 3.17	Dalam berdagang jika ada keluhan dari pembeli, setiap keluhan selalu ditanggapi dengan baik oleh penjual/produsen	77
18. Tabel 3.18	Dalam berdagang penjual selalu memenuhi barang pesanan pembeli sesuai kesepakatan	78

19. Tabel 3.19	Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Prinsip Tanggung Jawab	78
20. Tabel 3.20	Konsumen telah mendapatkan jasa yang sesuai dengan harapan	79
21. Tabel 3.21	Pelayanan yang diberikan usaha The Gergaji Tangan telah sesuai dengan harapan konsumen.....	80
22. Tabel 3.22	Barang/produk yang dihasilkan sesuai dengan harapan konsumen	80
23. Tabel 3.23	Konsumen berminat melakukan pembelian ulang terhadap jasa yang telah diberikan usaha The Gergaji Tangan	81
24. Tabel 3.24	Konsumen bersedia memberikan rekomendasi kepada oranglain	81
25. Tabel 3.25	Konsumen puas terhadap jasa yang telah diberikan usaha The Gergaji Tangan	82
26. Tabel 3.26	Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Kepuasan Konsumen	83



DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Gambar 2.1 Skema Kerangka Berfikir	57
2. Gambar 3.1 Struktur Kepengurusan Organisasi Kelurahan Rajabasa Nunyai ...	60
3. Gambar 3.2 Struktur Organisasi Usaha The Gergaji Tangan.....	64



DAFTAR LAMPIRAN

1. Lampiran 1 : Permohonan Izin Riset
2. Lampiran 2 : Surat Balasan Izin Riset
3. Lampiran 3 : Kuesioner Penelitian Konsumen
4. Lampiran 4 : Panduan Wawancara
5. Lampiran 5 : Lampiran Gambar
6. Lampiran 6 : Blanko Konsultasi



BAB I

PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul

Untuk memudahkan dan untuk menghindari kesalah pahaman dalam memahami makna judul proposal ini yaitu : **Analisis Penerapan Etika Bisnis Yang Berwawasan Lingkungan Terhadap Kepuasan Konsumen Ditinjau Dari Perspektif Ekkonomi Islam** (Studi pada Usaha The Gergaji Tangan). Serta untuk memberikan penjelasan tentang pengertian judul proposal ini, maka peneliti perlu menjelaskan secara singkat kata-kata istilah yang terdapat dalam proposal ini, yaitu:

Analisis dalam istilah penelitian adalah proses untuk mengetahui dan memahami fenomena suatu objek dengan memanfaatkan informasi yang tersedia.¹

Penerapan merupakan suatu perbuatan mempraktekan suatu teori, metode, dan hal lain untuk mencapai tujuan tertentu dan untuk suatu kepentingan yang diinginkan oleh suatu kelompok atau golongan yang telah terencana atau tersusun sebelumnya”²

Etika Bisnis adalah etika yang menyangkut tata pergaulan di dalam kegiatan-kegiatan bisnis. Bisnis adalah kegiatan-kegiatan teratur melayani suatu kebutuhan yang bersifat umum (artinya: non-personal) sambil memperoleh pendapatan (*income*).³ Etika bisnis terkait dengan masalah penilaian terhadap kegiatan dan perilaku bisnis yang mengacu pada kebenaran dan kejujuran berusaha (bisnis).

¹Cholid Narbuko, Abu Achmadi, *Metodologi Penelitian* (Jakarta: PT Bumi Angkasa, 2013), h.158

² Pius A Partanto, M.Dahlan Al Barry, *Kamus Ilmiah Populer Arkola* (Surabaya, 2001), h.30

³Pandji Anoraga, *Pengantar Bisnis: Pengelolaan Bisnis Dalam Era Globalisasi* (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2011), h. 113

Kebenaran disini yang dimaksud adalah etika standar yang secara umum dapat diterima dan diakui prinsip-prinsipnya baik oleh masyarakat, perusahaan dan individu.⁴

Bisnis Berwawasan Lingkungan/*green business* adalah usaha yang mengadopsi prinsip, kebijakan, dan praktek meningkatkan kualitas hidup para kastamer, pegawai, komunitas, dan lingkungan hidup, dalam operasionalnya *green business* memberikan solusi atas masalah-masalah lingkungan dan masyarakat⁵

Kepuasan Konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan.⁶

B. Alasan Memilih Judul

Alasan peneliti memilih judul “Analisis Penerapan Etika Bisnis Yang Berwawasan Lingkungan Terhadap Kepuasan Konsumen Ditinjau Dari Perspektif Islam”. Berdasarkan alasan secara objektif dan subjektif adalah sebagai berikut:

1. Secara Objektif

- a. Peneliti tertarik untuk mengetahui penerapan etika bisnis yang berwawasan lingkungan terhadap kepuasan konsumen ditinjau dari perspektif Islam.

⁴ Murti Sumarni, John Suprihanto, *Pengantar Bisnis Dasar-dasar Ekonomi Perusahaan* (Yogyakarta: Liberty, 2014), h. 24.

⁵ Imanuddin Hasbi, *Bisnis Dengan Hijau Kan Bumi Biru Dan Langit* (Jurnal universitas telkom, Vol 10, No 1, 2010), h. 19

⁶ Philip Kotler Philip Dan Lane Keller, *Manajemen Pemasaran, Edisi kedua belas*, (Jakarta: Indeks, 2007), h.177

b. Peningkatan pertumbuhan ekonomi menyebabkan lebih tingginya pendapatan masyarakat dan pada akhirnya menjadi pendorong tumbuhnya konsumsi rumah tangga. Sehingga menyebabkan konsumsi masyarakat terhadap barang dan jasa juga meningkat. Hal tersebut menyebabkan timbulnya masalah-masalah dalam kehidupan masyarakat. Salah satunya adalah meningkatnya jumlah sampah yang menyebabkan pencemaran lingkungan. Perkembangan bisnis yang makin pesat saat ini juga diiringi dengan meningkatnya permasalahan lingkungan yang makin kompleks. Permasalahan lingkungan telah menjadi isu strategis untuk dikaji dan diselesaikan oleh berbagai pihak. Bisnis merupakan kegiatan yang berhubungan dan berkepentingan dengan lingkungan. Aktivitas bisnis merupakan kegiatan pengelolaan sumber-sumber ekonomi yang disediakan oleh alam lingkungan. Sebab itu relasi antara etika, bisnis dan lingkungan hidup sangat erat sekali. Maka dari itu untuk mengurangi dampak pencemaran lingkungan yang disebabkan oleh pembuangan sampah atau limbah yang tidak terkendali, bisnis yang berwawasan lingkungan bisa dijadikan solusi untuk mengurangi pencemaran lingkungan.

2. Secara Subjektif

a. Judul yang diajukan sesuai dengan bidang keilmuan yang sedang peneliti pelajari saat ini, yakni berhubungan dengan jurusan Ekonomi Islam dan Penulis dirasa mampu untuk menyelesaikan penelitian ini, mengingat

tersedianya sumber-sumber data dari literature-literatur yang terdapat dipergustakaan dan dari narasumber yang ada dilapangan.

- b. Penelitian ini sebelumnya belum pernah diteliti oleh mahasiswa/i UIN Raden Intan Lampung khususnya untuk mahasiswa/i jurusan ekonomi islam dan guna menambah ilmu pengetahuan bagi masyarakat.



C. Latar Belakang Masalah

Pembangunan ekonomi merupakan suatu usaha untuk meningkatkan produktifitas dari pemanfaat sumberdaya yang dimiliki oleh suatu wilayah atau suatu negara. Sumberdaya yang dimaksud adalah sumberdaya alam, sumberdaya manusia dan sumberdaya financial. Peningkatan produktifitas mengandung makna bahwa pemanfaatan sumberdaya tersebut secara ekonomis dapat diproduksi dengan hasil yang optimal dari kapasitas sumberdaya yang digunakan. Upaya seperti ini merupakan sebuah proses pertumbuhan ekonomi yang bertujuan untuk melakukan perubahan tingkat kesejahteraan masyarakat yang lebih baik dari keadaan yang sebelumnya.

Pertumbuhan ekonomi yang mencapai 5,02% pada tahun 2016 tidak terlepas dari konsumsi rumah tangga. Meningkatnya pertumbuhan ekonomi menyebabkan lebih tingginya pendapatan masyarakat dan pada akhirnya menjadi pendorong tumbuhnya konsumsi rumah tangga. Pertumbuhan konsumsi rumah tangga yang mencapai 5,01% tahun 2016 disebabkan oleh peningkatan pertumbuhan ekonomi yang mereflesikan pendapatan yang meningkat. Dan juga, penurunan tingkat suku bunga mendorong masyarakat untuk lebih banyak mengkonsumsi dari pada penyimpanan dananya.⁷ Peningkatan jumlah konsumsi rumah tangga menyebabkan konsumsi masyarakat terhadap barang dan jasa meningkat juga. Hal tersebut menyebabkan timbulnya masalah-masalah dalam kehidupan masyarakat. Salah satunya adalah meningkatnya jumlah sampah yang menyebabkan pencemaran lingkungan.

⁷Firdayetti, Michael Toni Ardianto, “Analisis Factor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumsi Di Indonesia Menggunakan Error Correction Model (ECM)” .Media Ekonomi Vol. 19, No. 1, April. H, 4

Perkembangan bisnis yang makin pesat saat ini juga diiringi dengan meningkatnya permasalahan lingkungan yang makin kompleks. Permasalahan lingkungan telah menjadi isu strategis untuk dikaji dan diselesaikan oleh berbagai pihak.⁸ Bisnis merupakan kegiatan yang berhubungan dan berkepentingan dengan lingkungan. Aktivitas bisnis merupakan kegiatan pengelolaan sumber-sumber ekonomi yang disediakan oleh alam lingkungan. Sebab itu relasi antara etika, bisnis dan lingkungan hidup sangat erat sekali.⁹

Banyak orang yang menyangkal terhadap perlunya etika bisnis bagi perusahaan karena didalam visi misi perusahaan siapapun yang terlibat dalam mengelola perusahaan, adalah tidak mewakili kepentingan masyarakat, melainkan kepentingan pribadinya untuk mendapatkan gaji atau pendapatan yang sesuai untuk mendapatkan keuntungan yang maksimal dan berkelanjutan. Namun dalam perjalanannya perusahaan apapun dan berapapun karyawannya ternyata memerlukan etika standar yang menjadi panduan umum bagi setiap karyawan mulai dari tingkat manajer sampai tingkat buruh harian. Alasannya, dalam bekerja pada satu tim yang berhasil adalah mereka yang memiliki prilaku yang baik.¹⁰

Dunia bisnis tidak bisa lepas dari etika bisnis. Banyak hasil penelitian yang menunjukan adanya hubungan yang positif antara etika bisnis dan kesuksesan suatu perusahaan. Seperti kisah bangkrutnya Lehman Brothers menggambarkan dampak

⁸ Rizky Kharismawan Shaputra, “Penerapan Green Marketing Pada Bisnis” Jurnal JIBEKA Volume 7, NO. 4 (Agustus 2013). H. 47-53

⁹ Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis Menangkap Spirit Ajaran Langit Dan Pesan Moral Ajaran Bumi*, (Jakarta: Penebar Plus, 2012), h.204-205

¹⁰ Hasan Aedy, *Teori dan Aplikasi Etika Bisnis Islam* (Bandung: Alfabeta cv, 2011), h. 6.

dari suatu perusahaan yang tidak menggunakan etika bisnis dalam setiap aktivitas bisnisnya. Pada akhirnya praktek bisnis yang tidak jujur, hanya memikirkan keuntungan maksimal dan merugikan pihak lain akan membawa perusahaan, yang tergolong raksasa sekalipun akan hancur.¹¹

Kenyataan yang kita hadapi sekarang di masyarakat adalah perilaku yang menyimpang dari ajaran agama, merosotnya nilai etika dalam bisnis. Bagi kalangan ini bisnis adalah kegiatan manusia yang bertujuan mencari laba semata-mata. Bisnis telah ada dalam sistem dan struktur dunianya yang “baku” untuk mencari pemenuhan hidup sehingga bisnis tidak seiring dengan etika.¹² Seseorang yang berdagang bertujuan mencari keuntungan yang sebesar-besarnya. Akan tetapi dalam pandangan etika islam, bukan sekedar mencari keuntungan melainkan keberkahan. Keberkahan usaha adalah kemantapan dari usaha itu dengan memperoleh keuntungan yang wajar dan diridai oleh Allah SWT.¹³

Banyak ayat Al-Quran yang berbicara tentang hukum dan etika bahkan dalam hukum-hukum islam unsur etikanya sangat jelas. Dalam hal ini Al-Quran telah memberikan petunjuk tentang hubungan antara pelaku bisnis . hal itu dianjurkan agar menumbuhkan I'tikad baik dalam transaksi demi terjalin hubungan yang harmonis dan tanpa ada saling mencurigai antara pelaku bisnis. Sebagaiman dalam surah Al-Baqarah 143 :

¹¹ Sri Nawatmi, “Etika Bisnis Dalam Perpektif Islam”. *Fokus Ekonomi*, Vol. 9 No. 1 (April 2010), h.50

¹² Norvadewi, “Bisnis Dalam Perspektif Islam (Telaah Konsep, Prinsip Dan Landasan Normatif)”. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, Vol. 01 No. 01 (Desember 2015), h.34

¹³ Burhanuddin salam, *etika sosial* (Jakarta: Rineka Cipta, 2002), h.22.

وَكَذَلِكَ جَعَلْنَاكُمْ أُمَّةً وَسَطًا لِتَكُونُوا شُهَدَاءَ عَلَى النَّاسِ وَيَكُونَ الرَّسُولُ عَلَيْكُمْ شَهِيدًا

Artinya : Dan demikian pula kami telah menjadikan kamu (umat islam) “umat pertengahan” agar kamu menjadi saksi atas (perbuatan) manusia dan agar rosul (Muhammad) menjadi saksi atas perbuatan kamu.¹⁴

Berdasarkan ayat diatas maka dapat dijelaskan bahwa Allah SWT telah memberikan petunjuk kepada Nabi dan Umatnya, maka Dia menjadikan mereka sebagai umat yang terbaik dan adil. Mereka akan menjadi saksi atas disampaikannya risalah Allah oleh para rasul terdahulu kepada umat mereka. dan dalam kesaksian itu, umat Nabi Muhammad menjadi saksi yang adil menyampaikan hal sebenarnya.¹⁵

Para pelaku usaha dituntut mempunyai kesadaran mengenai etika dan moral, keduanya merupakan kebutuhan yang harus dimiliki. Pelaku usaha atau perusahaan yang ceroboh dan tidak menjaga etika, tidak akan berbisnis secara baik sehingga dapat mengancam hubungan sosial dan merugikan konsumen, bahkan dirinya sendiri.¹⁶ Karena itu baik secara internal maupun secara eksternal perusahaan memiliki kewajiban untuk menyejahterakan karyawan dan melindungi atau memberi manfaat sosial kepada masyarakat.¹⁷

Dalam perkembangan etika bisnis yang lebih mutakhir, muncul gagasan yang lebih komprehensif mengenai lingkup tanggungjawab sosial perusahaan. Tanggungjawab perusahaan dewasa ini dikenal dengan istilah yang sangat populer, yaitu *Corporate Social Responsibility* (CSR). Tanggung jawab disini pada prinsipnya

¹⁴ Depag RI, *Al-Quran dan Terjemahnya* (Bandung: Jumanatul Ali- ART, 2005), h.36.

¹⁵ Kadar M. Yusuf, *Tafsir Ayat Ahkam Edisi 2* (Jakarta: Amzah, 2013), h. 35

¹⁶ Khoiruddin, *Etika Bisnis Dalam Islam*, (Bandar Lampung: LP2M, 2015), h. 124

¹⁷ Hasan Aedy, Op. Cit. h.91

mengedepankan berbagai alasan, apa dan mengapa perusahaan wajib mempunyai kepedulian kepada lingkungan (eksternal). Sebuah perusahaan tidaklah mungkin hanya sebagai sebuah “menara gading” yang hanya memperhatikan dirinya sendiri (*introvert*), karena tanpa dukungan lingkungan sosial dan alam hampir mustahil sebuah perusahaan bisa berkembang sesuai yang diharapkan. Salah satu alasan pertimbangan perlunya tanggungjawab sosial karena perusahaan telah diuntungkan dengan mendapat hak untuk mengelola sumberdaya alam dalam masyarakat setempat dengan mendapat keuntungan bagi perusahaan tersebut.¹⁸

Konsep tanggung jawab sosial memperluas kewajiban perusahaan tersebut dengan kewajiban untuk peduli terhadap kemajuan dan kesejahteraan masyarakat lokal dimana perusahaan tersebut berdomisili atau menjalankan aktivitas operasionalnya.¹⁹ Oleh karena itu, agar perusahaan (bisnis) tetap menjaga keseimbangan antara etika, bisnis, dan lingkungan hidup, maka perlu adanya suatu aturan-aturan tertentu yang memuat ketentuan bagaimana mengelola dan mempergunakan sumberdaya alam (*natural resources*) untuk bahan produksinya dengan baik dan tidak mengeksploitasinya secara berlebihan. Dalam hal ini perusahaan perlu bersama-sama pelanggan (konsumen-*stakeholder*), pemasok dan pelaku bisnis lainnya menjalankan praktik bisnis yang berwawasan lingkungan. Perusahaan harus berupaya mengimplementasikan nilai-nilai etika dan hukum dalam

¹⁸Muhammad Djakfar, Op. Cit. h 208

¹⁹Khoiruddin, Op. Cit. h. 118

praktik-praktik bisnis dan bertanggungjawab untuk melindungi lingkungan demi keamanan, kenyamanan, dan kesejahteraan manusia secara universal.²⁰

Bisnis The Gergaji Tangan yang dibuat dengan menggunakan Kayu Jati Belanda atau biasa disebut kayu pallet, juga dikenal sebagai kayu limbah karena kayu bekas ini biasanya digunakan sebagai peti kemas barang-barang impor. Namun ditangan Riki Purnama, kayu ini bisa dikreasikan menjadi produk-produk furniture yang unik, keren, elegan, dan ciamik.

Mahasiswa Institut Informatika dan Bisnis (IBI) Darmajaya ini bersama rekannya Lucky Trissantama mulai merintis usaha dibidang furniture yang diberi nama The Gergaji Tangan sejak Mei 2015. Beragam produk telah dihasilkan mulai dari lemari, kursi, meja, kitchen set, gerobak, dan lainnya dari bengkel produksinya yang berada di Jl. Pramuka, gg. Karya 12, no. 7, Bandar Lampung. Mahasiswa ini mengungkapkan, dipilihnya kayu pallet juga karena memiliki harga yang cukup murah, sehingga produk yang dikreasikan The Gergaji Tangan dapat dijual dengan harga yang terjangkau. “Kayu pallet ini merupakan kayu bekas peti kemas produk impor, maka dengan menggunakannya kita telah mendukung kampanye go green untuk kelestarian lingkungan kita, karena dapat memanfaatkan limbah atau kayu yang hampir tidak terpakai,” imbuh Putra pasangan Diharjo dan Payinem Setianingsih ini.²¹ Namun dari hasil wawancara yang dilakukan peneliti dengan informan Bapak Riki , pada pengolahan limbahnya mereka terkadang membakar sisa-sisa dari limbah

²⁰ Muhammad Djakfar, Op. Cit. h. .207

²¹ <https://www.darmajaya.ac.id/id/riki-berkreasi-lewat-the-gerjaji-tangan/>

kayu yang memang tidak bisa digunakan lagi, ini jelas berdampak buruk bagi lingkungan karena akan menyebabkan polusi udara yang dapat mengganggu aktivitas sehari-hari dan juga berbahaya bagi kesehatan pernafasan.²²

kepedulian dan kesadaran akan lingkungan, telah merubah cara pandang dan pola hidup dari manusia dan para pelaku usaha. Hal ini ditunjukkan pada perubahan pola pendekatan bisnis yang mulai mengarahkan usaha dengan pendekatan aktivitas-aktivitas bisnis berwawasan lingkungan. Seperti *Green Product* atau yang bisa disebut dengan produk yang berwawasan lingkungan adalah suatu produk yang dirancang dan diproses dengan suatu cara untuk mengurangi efek-efek yang dapat mencemari lingkungan, baik dalam proses produksi, pendistribusian, dan penkonsumsian.²³

Dari latar belakang diatas maka peneliti tertarik untuk mengkaji lebih lanjut tentang **“Analisis Penerapan Etika Bisnis Yang Berwawasan Lingkungan Terhadap Kepuasan Konsumen Ditinjau Dari Perspektif Islam”** (Studi Pada Usaha The Gergaji Tangan).

²² Riki, pengelola, (wawancara), Pada tanggal 7 Februari 2018.

²³ Muhammad Ridwan, Achmad Fauzi D.H, Aniesa Samira Bafadhal, “*Pengaruh Green Product, Green Advertising Dan Green Brand Terhadap Keputusan Pembelian*” Jurnal Administrasi Bisnis, Vol.55 No. 1 Februari 2018, h.81-84

D. Fokus Penelitian

Agar penelitian ini dapat dilakukan dengan fokus, sempurna, dan mendalam maka penulis memandang permasalahan penelitian yang diangkat perlu dibatasi variabelnya. Oleh karena itu peneliti memfokuskan penelitian hanya berkaitan dengan “Etika Bisnis Yang Berwawasan Lingkungan Terhadap Kepuasan Konsumen di Usaha The Gergaji Tangan, Kelurahan Rajabasa Nunyai, Kecamatan Rajabasa, Bandar Lampung”. Dan bisnis yang berwawasan lingkungan yang diteliti disini hanya berfokus pada lingkungan alam saja.

E. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas maka peneliti membuat rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana penerapan etika bisnis yang berwawasan lingkungan terhadap kepuasan konsumen pada usaha The Gergaji Tangan jika ditinjau dari prinsip-prinsip etika bisnis Islam?
2. Bagaimana penerapan etika bisnis Islam yang berwawasan lingkungan dalam bidang produksi, distribusi dan konsumsi terhadap kepuasan konsumen pada usaha The Gergaji Tangan?

F. Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian tersebut sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana penerapan etika bisnis yang berwawasan lingkungan terhadap kepuasan konsumen pada usaha The Gergaji Tangan jika ditinjau dari prinsip-prinsip etika bisnis Islam.

2. Untuk mengetahui bagaimana penerapan etika bisnis Islam yang berwawasan lingkungan dalam bidang produksi, distribusi dan konsumsi terhadap kepuasan konsumen pada usaha The Gergaji Tangan.

G. Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Secara Praktis

a. Bagi Penulis

Secara praktis, bagi peneliti memberikan informasi dan menambah khazanah keilmuan terhadap studi tentang penerapan etika bisnis yang berwawasan lingkungan jika ditinjau dari perspektif islam.

b. Bagi bisnis The Gergaji Tangan

Sebagai bahan masukan dan pertimbangan dalam upaya meningkatkan kinerja bisnis yang berwawasan lingkungan dalam mengembangkan etika bisnis Islam.

2. Kegunaan Secara Teoritis

a. Manfaat diadakannya penelitian ini adalah untuk menerapkan pemahaman teori yang diperoleh oleh penulis selama dibangku kuliah dengan praktik yang ada dilapangan.

b. Secara teoritik, bagi pihak akademis sebagai tambahan bukti empiris yang diharapkan dapat menambah pengetahuan dan cakrawala berfikir dalam hal pengembangan wawasan dalam mempelajari tentang etika bisnis yang berwawasan lingkungan terhadap kepuasan konsumen.

H. Metodologi Penelitian

1. Jenis dan sifat penelitian

Jenis penelitian yang digunakan oleh penulis adalah lapangan (*field research*), yaitu penelitian yang dilakukan dilapangan dalam kancah yang sebenarnya. Penelitian lapangan ini pada hakikatnya merupakan metode untuk menemukan secara spesifik dan realistis tentang apa yang sedang terjadi.²⁴ Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai masing-masing variable, baik satu variable maupun lebih sifatnya independen tanpa membuat hubungan maupun perbandingan dengan variable lain.²⁵ Sedangkan penelitian kualitatif adalah adalah jenis penelitian yang relevan untuk memahami fenomena sosial (tindakan manusia) dimana data hasil penelitian tidak diolah melalui prosedur statistik melainkan analisis data dilakukan secara induktif.²⁶

2. Jenis dan Sumber Data

Jenis dan sumber data dalam melakukan penelitian ini diperoleh baik dalam bentuk data primer maupun data sekunder.

²⁴Mardalis, *Metode Penelitian Suatu Pendekatan Proposal* (Jakarta: PT. Bumi Aksara,, Cet. X, 2008), h. 28)

²⁵ Mudrajat Kuncoro, *Metode Riset untuk Bisnis & Ekonomi Edisi 4* (Jakarta: Erlangga, 2013), h.12

²⁶ Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*(Bandung: Alfabeta, Cet. 19, 2014), h.9

a. Data Primer

Data primer yaitu data penelitian yang diperoleh langsung dari sumber asli (tidak melalui sumber perantara) dan data dikumpulkan secara khusus untuk menjawab pertanyaan penelitian yang sesuai dengan keinginan peneliti.

²⁷ Data primer ini khusus dikumpulkan untuk kebutuhan riset yang sedang berjalan. Sumber data primer yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh dengan wawancara, kuesioner, maupun observasi langsung pemilik dan konsumen di The Gerjaji Tangan.

b. Data sekunder

Data sekunder adalah data yang merupakan sumber data penelitian secara tidak langsung, melalui perantara (diperoleh dan dicatat oleh pihak lain).²⁸ Dalam penelitian ini data sekunder meliputi data dokumentasi, buku-buku, jurnal penelitian, artikel, dan majalah ilmiah yang isinya berhubungan dengan penelitian yang dilakukan.

3. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini meliputi beberapa teknik, yaitu:

a. Metode Kuesioner (Angket)

Dalam penelitian ini, metode pengumpulan data primer dilakukan dengan menggunakan metode angket. Kuesioner merupakan teknik

²⁷ Mas'ud, Fuad, *Survai Diagnosis Organisasional, Konsep, dan Aplikasi* (Semarang: BP Undip, 2004), h.178

²⁸ Ibid, h.179

pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan oleh responden.

b. Wawancara

Selain metode angket juga digunakan metode wawancara untuk mendukung akurasi dan kelengkapan kuesioner yang tersebar. Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya lebih sedikit/kecil. Sedangkan jenis wawancara yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara terstruktur, tujuannya untuk mengetahui dengan jelas informasi tentang apa yang diperoleh.²⁹

4. Observasi

Observasi adalah pengumpulan data dengan menggunakan pengamatan secara sistematis terhadap gejala yang tampak pada objek penelitian.³⁰

²⁹Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif, DAN R&D* (Bandung: Alfabeta, Cet 23, 2016), h.137-142

³⁰Joko Subagyo, *Metode Penelitian Dalam Teori dan Praktek* (Jakarta: PT Asdi Mahasatya, 2004), h.39

5. Populasi dan sampel

a. Populasi

Populasi adalah keseluruhan jumlah yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai karakteristik atau kualitas tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk diteliti dan kemudian ditarik kesimpulan.³¹ Populasi dalam penelitian ini yaitu konsumen pada usaha The Gergaji Tangan pada tahun 2017 saja, yang berjumlah 184 orang.

b. Sampel

Sampel adalah sebagian dari sejumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi digunakan untuk penelitian bila populasi terlalu besar, peneliti tidak mungkin mengambil semua untuk penelitian misal karena terbatasnya dana, tenaga, dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel dari populasi tersebut.³² Sedangkan teknik pengambilan sampel pada penelitian ini adalah *Proportionate Stratified Random Sampling* yaitu suatu teknik pengambilan sampel secara acak dengan jumlah proporsional untuk setiap sub populasi sesuai dengan ukuran populasinya.

Adapun dalam penentuan besar kecilnya sampel tersebut, penulis berpedoman pada Suharsimi Arikunto, yaitu “untuk sekedar ancer-ancer maka apabila subyeknya kurang dari 100, lebih baik diambil semua hingga penelitiannya merupakan penelitian populasi. Selanjutnya, jika jumlah

³¹ V. Wiratna Sujarweni, *Metodelogi Penelitian Bisnis Ekonom, CET.1* (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015), h.80

³² Ibid, h.81

subyeknya besar dapat diambil antara 10-15% atau lebih.”³³ Dalam penentuan ukuran sampel peneliti menggunakan Rumus Slovin, yaitu:

$$n = \frac{N}{(1 + N \cdot (e)^2)}$$

Keterangan :

N = Jumlah sampel

N = Jumlah Total Populasi

e = error sampel yaitu 0,10

Maka untuk perhitungan sampel dengan populasi konsumen yang menggunakan jasa The Gergaji pada tahun 2017 sebesar 184 orang dengan error sebesar 15%, maka ditentukan sebesar:

$$n = \frac{184}{(1 + 184 \cdot (0,15)^2)}$$

n = 35,79 Atau dapat dibulatkan menjadi 36 Sampel.

Hasil perhitungan sampel yaitu dengan nilai 36 yang berarti sampel akan diambil sebanyak 36 Responden.

6. Lokasi penelitian

Adapun lokasi penelitian berada di usaha The Gerjaji Tangan, Jl. Pramuka, gg. Karya 12, no. 7. Kelurahan Rajabasa Nunyai, Kecamatan Rajabasa, Kota Bandar Lampung.

7. Pengolahan Data

Setelah data dikumpulkan melalui beberapa tahap diatas, peneliti di dalam mengelola datanya menggunakan beberapa metode sebagai berikut :³⁴

³³ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Peraktek*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2010), Edisi Revisi, h.109

- a. Tahap mengumpulkan data, dilakukan melalui instrument pengumpulan data.
- b. Tahap Editing (Pemeriksaan Data) yaitu memeriksa kejelasan dan kelengkapan pengisian instrument pengumpulan data.
- c. Tahap Penandaan Data (Coding), yaitu proses identifikasi dari setiap pertanyaan yang terdapat dalam instrument pengumpulan data menurut variabel-variabel yang diteliti.
- d. Tahap tabulasi data, yaitu mencatat atau entri data kedalam tabel induk penelitian.

8. Analisi Data

Analisis data merupakan proses penyusunan data secara sistematis yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi serta membuat kesimpulan agar dapat dipahami dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain.³⁵ Dalam proses analisis data peneliti menggunakan analisis deskriptif kualitatif adalah menggambarkan dan menjabarkan secara jelas mengenai perilaku bisnis usaha the gerjaji tangan sesuai dengan fakta yang ada di lapangan. Data hasil analisis menggunakan angka-angka, dan dideskripsikan berdasarkan data hasil wawancara, kuesioner dan observasi yang diyakini kevalidannya. Setelah itu data yang diperoleh dari wawancara dan observasi dirangkum, memilih hal-hal yang pokok serta memfokuskan pada hal-hal yang penting. Kemudian data disajikan sehingga memudahkan untuk merencanakan kerja selanjutnya. Langkah berikutnya data dianalisis dan ditarik kesimpulan.

³⁴V. Wiratna Sujarweni, *Op. Cit.* hlm.122

³⁵Sugiono, *Op.Cit.*, h.244

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Etika Bisnis

1. Etika Bisnis Secara Umum

a. Pengertian Etika Bisnis

Etika berasal dari bahasa latin *ethos* yang berarti kebiasaan, sinonimnya adalah moral yang juga berasal dari bahasa latin *mores* yang artinya kebiasaan. Dalam bahasa arab disebut dengan *akhlak*, bentuk jamak dari *khuluq* yang berarti budi pekerti. Baik etika maupun moral bisa diartikan sebagai kebiasaan atau adat istiadat (*costum* atau *mores*), yang menunjuk kepada perilaku manusia itu sendiri, tindakan atau sikap yang dianggap benar atau tidak.

O.P Simorangkir menyatakan bahwa etika atau etik adalah pandangan manusia dalam berperilaku menurut ukuran dan nilai yang baik. Menurut Sidi Gazalba, etika adalah teori tentang tingkah laku perbuatan manusia dipandang dari segi baik dan buruk, sejauh yang dapat ditentukan oleh akal. Burhanudin Salam mendefinisikan etika dengan cabang filsafat yang berbicara mengenai nilai dan norma moral yang menentukan perilaku manusia dalam hidupnya.¹ Etika merupakan seperangkat tentang baik, benar, buruk, dan salah yang berdasarkan prinsip-prinsip moralitas, khususnya dalam perilaku dan tindakan.

¹ Ali Hasan, *Manajemen Bisnis Syariah* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009), h.171

Sehingga etika merupakan faktor penting bagi tercipta kondisi manusia yang lebih baik.²

Adapun bisnis adalah semua aktivitas yang melibatkan penyediaan barang dan jasa yang diperlukan dan diinginkan oleh orang lain. Dengannya para pelaku bisnis dapat menentukan dan menyediakan keinginan dan kebutuhan orang lain (konsumen) serta selalu berusaha agar konsumen memperoleh kepuasan dengan barang dan jasa yang disediakan tersebut.

Hughes dan Kapor menyatakan bisnis adalah suatu kegiatan usaha individu yang terorganisasi untuk menghasilkan dan menjual barang dan jasa guna mendapatkan keuntungan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat. Secara umum kegiatan ini ada di dalam masyarakat dan industri. Pada dasarnya definisi bisnis tidak hanya terbatas pada perusahaan yang berorientasi pada keuntungan, tetapi juga termasuk penyelenggaraan kota, negara, rumah sakit, perguruan tinggi yang tidak berorientasi pada keuntungan.

Berdasarkan pengertian etika dan bisnis diatas, dapat dikatakan bahwa etika bisnis adalah seperangkat aturan moral yang berkaitan dengan baik dan buruk, benar dan salah, bohong dan jujur. Etika ini dimaksudkan untuk mengendalikan perilaku manusia dalam menjalankan aktivitas bisnis yakni menjalankan pertukaran barang, jasa atau uang yang saling menguntungkan untuk memperoleh keuntungan. Dengan demikian, etika bisnis adalah tuntutan

² Johan Arifin, *Fiqih Perlindungan Konsumen* (Semarang: Raisal, 2007), h.63-64

nasehat etis manusia dan tidak bisa dipenggal atau ditunda untuk membenarkan tindakan yang tidak adil dan bermoral. Etika bisnis harus dijunjung tinggi agar bisnis itu membuahkan hasil yang dapat memuaskan semua pihak yang terlibat dalam bisnis itu.

Dalam syariat Islam, etika bisnis adalah akhlak dalam menjalankan bisnis sesuai dengan nilai-nilai Islam, sehingga dalam pelaksanaan bisnis itu tidak terjadi kekhawatiran karena sudah diyakini sebagai sesuatu yang baik dan benar. Etika bisnis seorang muslim dibentuk oleh iman yang menjadi pandangan hidupnya, yang memberi norma-norma dasar untuk membangun dan membina segala aktivitas muamalah. Seorang muslim dituntut oleh imannya untuk menjadi orang yang bertakwa, dan bermoral amanah, berilmu, cakap cerdas, cermat, hemat, rajin, tekun, dan berkecat bekerja, sebaik mungkin untuk menghasilkan yang terbaik.³

Dari pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwa etika bisnis adalah akhlak atau perbuatan seseorang dalam berbisnis yang harus berdasarkan Al-Quran dan Hadits, sehingga dalam berbisnis mendapat keberkahan dan terjalinnya hubungan bisnis yang harmonis tanpa ada saling mencurigai antara pelaku bisnis.

b. Teori Etika

Chryssides dan kaler memetakan beberapa teori etika bisnis meliputi; *cognitivism*, dan *non-cognivism*, *consequentialisme*, & *non-consequentialism*, *utilitarianism*, *kantianise* dan *natural raw of ethics*.. Namun demikian dalam

³ Idri, *Ekonomi dalam Perpektif Hadis Nabi Edisi Pertama* (Jakarta: Kencana, 2015), h.327

pembahasan ini kita akan menguraikan beberapa diantaranya yang dominan dalam ranah ekonomi dan bisnis kontemporer.

1) Teori Utilitarianisme (Teori Manfaat/Kegunaan)

Istilah *utilitarianisme* berasal dari bahasa latin *utilis* yang memiliki arti manfaat atau kegunaan. Penduuroponen utama etika ini adalah filosof dan ekonom inggris, Jertemy Benthan. Utilitarianisme adalah etika yang mengajarkan tentang apa yang berguna itu adalah baik atau menilai baik buruk, benar/salah, adil/tidak adilnya suatu perbuatan atau hasil berdasarkan konsekuensi. Karena penekanannya pada hasil (*output*) sehingga etika ini juga dikenal dengan *consequentialism ethics* (etika konsekuensi). Etika utilitarianisme ini mendominasi cara pandang manusia dalam konteks perilaku ekonomi moderen, dimana para pelaku ekonomi bisnis cenderung menekankan pada pencapaian hasil, output dengan mengabaikan proses. Akibatnya manusia terjebak pada pemikiran pragmatis yang cenderung untuk menghalalkan cara untuk mencapai tujuan.

2) Etika Relativisme (Etika Relatif)

Etika ini pada intinya memandang bahwa tidak terdapat ukuran yang dapat digunakan untuk menentukan etis atau tidak etis, benar dan salah, baik dan buruknya suatu perbuatan, semuanya bersifat relative sehingga kriteria etis menurut etika ini dapat ditentukan oleh masing-masing orang. Tiap-tiap orang yang hidup dalam setting budaya yang berbeda memiliki etika yang sendiri-sendiri. Setiap orang dapat

menggunakan kriteria etis sesuai dengan nilai-nilai etika yang tumbuh dan berkembang dalam lingkungan sosial dan budayanya sendiri. Nilai dan perilaku sosial harus dilihat dalam konteks budaya yang melatarinya.

3) *Ethics of duty* (Etika Kewajiban)

Cikal bakal kewajiban ini bisa ditelusuri dari pemikiran filosof Jerman, Immanuel Kant. Etika ini dikenal juga dengan *deontologi* suatu istilah yang diambil dari kata Yunani 'deon' yang berarti kewajiban (*duty*). Etika ini berargumen bahwa sebuah perbuatan mengandung nilai moral dan dinyatakan baik secara moral jika didasari oleh dorongan (*motivation*) yang baik (*good will*). Suatu perbuatan adalah baik jika dilakukan karena motivasi yang baik yang didasarkan pada kewajiban. Bagi Kant suatu perbuatan adalah baik, jika dilakukan berdasarkan imperative kategoris, yaitu suatu kewajiban yang dilakukan tanpa syarat apapun. Jika seseorang dipinjamkan suatu barang, misalnya, maka ia wajib mengembalikannya tanpa harus takut diidenda atau tidak dilaporkan pada pihak yang berwajib. Pengembalian barang pinjaman dilakukan betul-betul atas dasar kewajiban.

4) *Natural law of Ethics* (Teori Hak)

Natural law of Ethics dikembangkan oleh John Locke, filosof Inggris. Etika ini berangkat dari prinsip utama menghormati hak-hak (*rights*) dan kemerdekaan (*freedom*) yang melekat pada diri seseorang. Individu memiliki potensi alamiah yang harus dihormati yaitu Hak-hak asasi dan kemerdekaan. Etika ini juga dikenal dengan teori hak.

Pendekatan hak pada teori ini menekankan pada nilai tunggal (*single value*), yaitu kebebasan. Suatu keputusan dan tindakan dipandang etis manakala keputusan dan tindakan tersebut ditetapkan berdasarkan pada hak-hak individu yang menjamin kebebasan memilih (*freedom of choice*).

5) Etika Keutamaan

Teori yang terakhir adalah teori keutamaan (*virtue*). Teori ini memandang sikap atau akhlak seseorang, tidak mempertanyakan apakah suatu perbuatan tertentu adil atau jujur, atau murah hati, melainkan: apakah orang itu bersifat adil, jujur, murah hati dan sebagainya. Teori ini secara historis bersumber dari tradisi pemikiran Yunani Kuno, tepatnya pada masa Aristoteles (384-32 SM). Keutamaan bisa didefinisikan sebagai disposisi watak yang telah diperoleh oleh seseorang dan memungkinkan dia untuk bertingkah laku baik secara moral. Dalam etika bisnis, keutamaan ini yang harus mewarnai sifat dan karakter setiap bisnis, seperti kejujuran, *fairness*, kepercayaan, dan keuletan.⁴

2. Etika Bisnis Perspektif Islam

a. Tata Krama Dalam Perilaku Bisnis

Dalam setiap aktivitas bisnis aspek etika merupakan hal yang mendasar yang harus selalu diperhatikan, misalnya berbisnis dengan baik, didasari dengan iman dan takwa, sikap baik budi, jujur dan amanah, kuat, kesesuaian upah, tidak menipu tidak merampas, tidak mengabaikan

⁴ Muhammad, *Paradigma, Metode dan Aplikasi Ekonomi Syariah* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008). H.54-61

sesuatu, tidak semena-mena, ahli dan proposional, serta tidak melakukan pekerjaan yang bertentangan dengan hukum Allah atau syariat Islam. Maka dari itu, seorang pelaku bisnis diharuskan untuk berperilaku dalam bisnis mereka sesuai dengan apa yang anjurkan Al-Qur'an dan As-sunnah. Pada batasaan ini beliau merangkum tata karma perilaku bisnis itu kedalam tiga garis besar, yaitu:⁵

1) Murah Hati

Murah hati dalam pengertian senantiasa bersikap ramah tamah, sopan santun, murah senyum, suka mengalah namun tetap penuh tanggung jawab. Sopan santun adalah pondasi dasar dan inti dari kebaikan tingkah laku. Sebagaimana firman Allah dalam surat Ali-Imran ayat 159 :

فِيمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لَئِنْ لَّوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَأَنفَضُوا مِن حَوْلِكَ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ ﴿٥٩﴾

Artinya: “Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu berlaku lemah Lembut terhadap mereka. sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. Karena itu ma'afkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu[246]. Kemudian apabila kamu Telah membulatkan tekad, Maka bertawakkallah kepada Allah.

⁵ Hanif, *Etika Sumber Daya Manusia dan Urgensinya Terhadap Peningkatan Profesionalisme Dosen* (Bandar Lampung: LP2M, 2016), h. 29-31

*Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya”.*⁶

2) Motivasi Untuk Berbakti

Dalam aktivitas bisnis seorang muslim hendaknya berniat untuk memberikan pengabdian yang diharapkan oleh masyarakatnya dan manusia secara keseluruhan. Etika bisnis Al-Quran mengharuskan pelakunya untuk memberikan perhatian pada kepentingan orang lain, yang karena alasan tertentu tidak mampu melindungi dan memproteksi kepentingan dirinya sendiri. Firman allah dalam surat Al-Baqarah ayat 280:

وَأِنْ كَانَتْ ذُو عُسْرَةٍ فَنَظِرَةٌ إِلَىٰ مَيْسَرَةٍ وَأَنْ تَصَدَّقُوا خَيْرٌ لَّكُمْ إِنْ كُنْتُمْ تَعْلَمُونَ

Artinya: “Dan jika (orang yang berhutang itu) dalam kesukaran, Maka berilah tangguh sampai dia berkelapangan dan menyedekahkan (sebagian atau semua utang) itu, lebih baik bagimu, jika kamu Mengetahui”.⁷

3) Ingat Allah dan prioritas utamanya

Seorang muslim diperintahkan untuk selalu mengingat Allah bahkan dalam suasana sedang sibuk dalam aktivitas mereka. Dia hendaknya sabar penuh dan responsive terhadap prioritas-prioritas yang telah ditentukan oleh sang maha pencipta. Semua kegiatan bisnis

⁶ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya* (Bandung: PT Sygma Examedia Arkanleema, 2014), h. 71

⁷ Ibid, h.47

seharusnya selaras dengan moralitas dan nilai nilai utama yang digariskan oleh Al-Qur'an. Karena tujuan manusia diciptakan hanya untuk tunduk kepada Allah, firman Allah dalam surat Ar-Ra'd ayat 36:

وَالَّذِينَ آتَيْنَاهُمُ الْكِتَابَ يَفْرَحُونَ بِمَا أُنزِلَ إِلَيْكَ وَمِنَ الْأَحْزَابِ
مَنْ يُنْكِرُ بَعْضَهُ^ج قُلْ إِنَّمَا أُمِرْتُ أَنْ أَعْبُدَ اللَّهَ وَلَا أُشْرِكَ بِهِ^ج إِلَيْهِ
أَدْعُوا وَإِلَيْهِ مَعَابِدُ^{١٠}

Artinya: "Orang-orang yang Telah kami berikan Kitab kepada mereka bergembira dengan Kitab yang diturunkan kepadamu, dan di antara golongan-golongan (Yahudi dan Nasrani) yang bersekutu, ada yang mengingkari sebahagiannya. Katakanlah "Sesungguhnya Aku Hanya diperintah untuk menyembah Allah dan tidak mempersekutukan sesuatupun dengan Dia. Hanya kepada-Nya Aku seru (manusia) dan Hanya kepada-Nya Aku kembali".⁸

b. Prinsip-prinsip Etika Bisnis Islam

Prinsip-prinsip bisnis yang ideal pernah dilakukan oleh Nabi dan para sahabatnya. Realitas ini menjadi bukti oleh banyak orang, bahwa tata bisnis yang bekeadilan, sebenarnya pernah terjadi di Madinah. Nilai, spirit dan ajara yang dibawa Nabi berguna untuk membangun tata bisnis baru, yang akhirnya terwujud dalam tata bisnis dunia yang berkeadilan. Terdapat empat aksioma etika bisnis, yaitu:⁹

⁸ Ibid, h.254

⁹ Khoiruddin, *Etika Bisnis Dalam Islam*, (Bandar Lampung: LP2M, 2015), h. 53

1) Prinsip Kesatuan/Tauhid/Keesaan

Prinsip kesatuan merupakan landasan yang sangat filosofis yang dijadikan sebagai pondasi utama setiap langkah seorang Muslim yang beriman dalam menjalankan fungsi kehidupannya. Landasan *tauhid* atau *ilahiyyah* ini bertitik tolak pada keridhoan Allah, tata cara yang dilakukan sesuai dengan syariah-Nya. Kegiatan bisnis dan distribusi diikatkan pada prinsip dan tujuan *ilahiyyah*.¹⁰ Tauhid, merupakan wacana teologis yang mendasari segala aktivitas manusia, termasuk kegiatan bisnis. Tahid mengajarkan manusia sebagai makhluk ilahiya, sosok makhluk yang bertuhan. Dengan demikian, kegiatan bisnis manusia tidak terlepas dari pengawasan Tuhan, dan dalam rangka melaksanakan titah Tuhan.

2) Prinsip Keadilan/Keseimbangan

Ajaran Islam berorientasi pada terciptanya karakter manusia yang memiliki sikap dan perilaku yang seimbang dan adil dalam konteks hubungan antara manusia dengan diri sendiri, dengan orang lain (masyarakat) dan dengan lingkungan. Dalam Islam keadilan sebagai prinsip yang menunjukkan kejujuran, keseimbangan, kesederhanaan, dan keterusterangan yang merupakan nilai-nilai moral yang ditekankan dalam Al-Qur'an. Islam tidak menghancurkan kebebasan individu tetap mengontrolnya dalam kepentingan masyarakat yang terdiri dari individu itu sendiri dan karenanya juga melindungi kepentingan pribadi dengan

¹⁰ Muslich, *Etika bisnis Islam* (Yogyakarta : Ekosiana, 2004), h. 30

kepentingan masyarakat bukannya sebaliknya.¹¹ Dalam beraktivitas di dunia kerja dan bisnis, Islam mengharuskan untuk berbuat adil, tak terkecuali pada pihak yang tidak disukai. Hal ini sesuai dengan firman Allah dalam surat Al-Maidah ayat 8 :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا كُونُوا قَوَّامِينَ لِلَّهِ شُهَدَاءَ بِالْقِسْطِ ۚ وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَاٰنُ قَوْمٍ عَلَىٰ ءَلَّا تَعْدِلُوا ۚ اَعْدِلُوا هُوَ أَقْرَبُ لِلتَّقْوَىٰ ۚ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۚ إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman hendaklah kamu jadi orang-orang yang selalu menegakkan (kebenaran) Karena Allah, menjadi saksi dengan adil. dan janganlah sekali-kali kebencianmu terhadap sesuatu kaum, mendorong kamu untuk berlaku tidak adil. berlaku adillah, Karena adil itu lebih dekat kepada takwa. dan bertakwalah kepada Allah, Sesungguhnya Allah Maha mengetahui apa yang kamu kerjakan”.¹²

3) Prinsip Kebenaran: Kebajikan dan Kejujuran

Kebenaran selain mengandung makna kebenaran lawan kesalahan, mengandung juga unsur kebajikan dan kejujuran. Nilai kebenaran adalah nilai yang dianjurkan dalam ajaran Islam. Dalam Al-Qur'an aksioma kebenaran yang mengandung kebajikan dan kejujuran dapat ditegaskan atas keharusan memenuhi perjanjian dalam melaksanakan bisnis.¹³ Dalam konteks bisnis kebenaran dimaksudkan sebagai niat, sikap dan perilaku benar yang meliputi proses mencari atau memperoleh komoditas

¹¹ Khoiruddin, Op.Cit. h.55-56

¹² Departemen Agama RI, Op. Cit. h.108

¹³ Khoiruddin, Op.Cit. h 58

pengembangan maupun dalam proses upaya meraih atau menetapkan keuntungan. Dalam prinsip ini terkandung dua unsur penting yaitu kebajikan dan kejujuran. Kebajikan dalam bisnis ditunjukkan dengan sikap kerelaan dan keramahan dalam bermuamalah, sedangkan kejujuran ditunjukkan dengan sikap jujur dalam semua proses bisnis yang dilakukan tanpa adanya penipuan sedikitpun. Dengan prinsip kebenaran ini maka etika bisnis Islam sangat menjaga dan berlaku preventif terhadap kemungkinan adanya kerugian salah satu pihak yang melakukan transaksi, kerja sama atau perjanjian dalam bisnis.¹⁴ Sebagaimana firman Allah dalam QS. Al-Isra' ayat 35 yang berbunyi:

وَأَوْفُوا الْكَيْلَ إِذَا كِلْتُمْ بِالْقِسْطِ الْمُسْتَقِيمِ ۚ ذَٰلِكَ خَيْرٌ وَأَحْسَنُ تَأْوِيلًا

Artinya: *"Dan sempurnakanlah takaran apabila kamu menakar, dan timbanglah dengan neraca yang benar. Itulah yang lebih utama (bagimu) dan lebih baik akibatnya."*¹⁵

4) Prinsip Kehendak Bebas/Kebebasan

Kebebasan berarti bahwa manusia sebagai individu dan kolektif punya kebebasan penuh untuk melakukan aktivitas bisnis. Dalam ekonomi, manusia bebas mengimplementasikan kaidah-kaidah Islam. karena masalah ekonomi, termasuk kepada aspek muamalah bukan

¹⁴ Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam*, (Bandung : Alfabeta, 2013), h. 46

¹⁵ Departemen Agama RI, Op. Cit. h.285

ibadah maka berlaku padanya kaidah umum “semua boleh kecuali yang dilarang” yang tidak boleh dalam Islam adalah ketidak adilan dan riba.

Etika bisnis dalam Islam mempunyai kehendak bebas dalam menjalani bisnis baik dari perjanjian yang dibuatnya, apakah akan ditepati atau megingkarinya. Seorang muslim yang percaya terhadap tuhan nya maka ia akan menepat janji atau sumpah dalam menjalankan bisnisnya.

Dalam Al-Qur'an disebutkan dalam surat Al-Maidah (5) ayat 1 :

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا اَوْفُوْا بِالْعُقُوْدِ ۚ اُحْلَلَتْ لَكُمُ الْبَيْمَةُ الْاَنْعَمِ اِلَّا مَا يُتْلٰى عَلَيْكُمْ غَيْرَ مُحِلِّي الصَّيْدِ وَاَنْتُمْ حُرْمٌ ۚ اِنَّ اللّٰهَ تَحْكُمُ مَا يُرِيْدُ

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, penuhilah aqad-aqad itu[388]. Dihalalkan bagimu binatang ternak, kecuali yang akan dibacakan kepadamu. (yang demikian itu) dengan tidak menghalalkan berburu ketika kamu sedang mengerjakan haji. Sesungguhnya Allah menetapkan hukum-hukum menurut yang dikehendaki-Nya. Aqad (perjanjian) mencakup: janji praseta hamba kepada Allah dan Perjanjian yang dibuat oleh manusia dalam pergaulan sesamanya.¹⁶

5) Prinsip Tanggungjawab

Pertanggungjawaban berarti, bahwa manusia sebagai pelaku bisnis, mempunyai tanggungjawab moral kepada Tuhan atas perilaku bisnis. Harta sebagai kooditas bisnis dalam Islam, adalah amanah Tuhan yang harus dipertanggungjawabkan dihadapan Tuhan. Kebebasan apapun yang terjadi tanpa batasan, pasti menuntut adanya pertanggungjawaban dan akuntabilitas. Untuk memenuhi keadilan, kebenaran dan kehendak

¹⁶ Ibid, h.107

bebas maka perlu adanya pertanggungjawaban dalam tindakannya. Dalam Al-Quran ditegaskan dalam QS. An-Nisa (4) ayat 85:

مَنْ يَشْفَعْ شَفْعَةً حَسَنَةً يَكُنْ لَهُ نَصِيبٌ مِّنْهَا ۚ وَمَنْ يَشْفَعْ شَفْعَةً سَيِّئَةً يَكُنْ لَهُ كِفْلٌ مِّنْهَا ۚ وَكَانَ اللَّهُ عَلَىٰ كُلِّ شَيْءٍ مُّقِيتًا ﴿٨٥﴾

Artinya: “Barangsiapa yang memberikan syafa’at yang baik[325], niscaya ia akan memperoleh bahagian (pahala) dari padanya. dan barangsiapa memberi syafa’at yang buruk[326], niscaya ia akan memikul bahagian (dosa) dari padanya. Allah Maha Kuasa atas segala sesuatu”.¹⁷

Penerapan tanggungjawab dalam etika bisis, yaitu, *pertama*, pengusaha yang berperilaku tidak etis tidak menyalahkan karena persoalan bisnis atau karena etiap orang juga berperilaku tidak etis. *Kedua*, pelaku bisnis harus bertanggungjawab atas tindakannya. *Ketiga*, semua kewajiban harus dihargai, kecuali jika secara moral salah, menepati perjanjian bisnis yang sah.¹⁸

c. Etika Islam Dalam Produksi, Distribusi dan Konsumsi

Etika bisnis merupakan studi standar formal dan bagaimana standar itu diterapkan kedalam sistem dan organisasi yang digunakan masyarakat modern untuk memproduksi dan mendistribusikan dalam bentuk barang dan jasa dan diterapkan kepada orang-orang yang ada didalam berorganisasi.

¹⁷ Ibid, h. 91

¹⁸ Khoiruddin, Op.Cit. h.60-63

1) Etika Islam dalam Bidang Produksi

Produksi merupakan suatu rangkaian kegiatan yang secara langsung maupun tidak langsung akan mempertinggi nilai guna suatu barang untuk memenuhi kebutuhan manusia.¹⁹ Menurut pandangan Islam, produksi adalah sebagai usaha manusia untuk memperbaiki kondisi fisik material dan moralitas sebagai sarana untuk mencapai tujuan hidup sesuai syariat Islam, kebahagiaan dunia dan akhirat. Menurut ahli para ekonomi Islam menekankan pentingnya motif altruisme, dan penekanan akan masalah dalam kegiatan produksi. Perusahaan tidak hanya mementingkan keuntungan pribadi dan namun juga memberikan kemaslahatan bagi masyarakat dengan tidak mengabaikan lingkungan sosialnya. Misalnya memproduksi minuman keras, narkoba, seluruh yang diharamkan dalam Islam.

Padanan kata produksi dalam bahasa Arab dengan kata *al-intaj* yang secara harfiyah dimaknai dengan *ijadu sil'alatin* (mewujudkan atau mengadakan sesuatu) atau *khidmatu mu'ayyanatin bi istikhdami muzayyajin min 'anashir al-intaj dhamina itharu zamanin muhaddadin* (pelayanan jasa yang jelas dengan menuntut adanya bantuan pengabungan unsur-unsur produksi yang terbingkai dalam waktu yang terbatas). Menurut Pandangan Islam tentang produksi bertentangan dengan produksi dalam konvensional yang

¹⁹Isnaini Harahap, Yenni Samri Julianti Nasution, Marliyah, Rahmi Syahriza, *Hadis Hadis Ekonomi*, (Jakarta: Kencana, 2015), h.49

mengutamakan *self interest*. Dalam Islam kegiatan produksi hakekatnya adalah ibadah. Perusahaan tidak hanya mementingkan keuntungan pribadi namun juga memberikan kemaslahatan bagi masyarakat dengan tidak mengabaikan lingkungan sosialnya.²⁰

Allah SWT telah mendesain kehidupan manusia menjadi makhluk yang bisa memanfaatkan potensi alam dengan tepat, sebagaimana dalam surat Al A'raaf ayat 74:

وَاذْكُرُوا إِذْ جَعَلَكُمْ خُلَفَاءَ مِنْ بَعْدِ عَادٍ وَبَوَّأَكُمْ فِي الْأَرْضِ
تَتَّخِذُونَ مِنْ سُهُولِهَا قُصُورًا وَتَنْحِتُونَ الْجِبَالَ بُيُوتًا
فَاذْكُرُوا ءَالَاءَ اللَّهِ وَلَا تَعْتَوْا فِي الْأَرْضِ مُفْسِدِينَ

Artinya: “Dan ingatlah olehmu di waktu Tuhan menjadikam kamu pengganti-pengganti (yang berkuasa) sesudah kaum 'Aad dan memberikan tempat bagimu di bumi. kamu dirikan istana-istana di tanah-tanahnya yang datar dan kamu pahat gunung-gunungnya untuk dijadikan rumah; Maka ingatlah nikmat-nikmat Allah dan janganlah kamu merajalela di muka bumi membuat kerusakan”.²¹

2) Etika Bisnis dalam Bidang Distribusi

Distribusi adalah kegiatan memasarkan atau menjadi perantara antara produsen ke konsumen. Pada sisi lain distribusi dimaknai sebagai suatu kegiatan penyaluran harta atau jasa yang dimiliki kepada orang lain, baik individu ataupun organisasi. Sistem

²⁰ Khoiruddin, Op. Cit.h. 67-68

²¹ Departemen Agama RI. Op. Cit. h. 160

ekonomi yang berbasis Islam menghendaki bahwa dalam hal pendistribusian harus berdasarkan dua sendi, yaitu sendi kebebasan dan keadilan kepemilikan. Kebebasan disini adalah kebebasan bertindak yang dibingkai oleh nilai-nilai agama. Keberadilan dalam pendistribusian ini tercermin dari larangan dalam al-qur'an agar supaya harta kekayaan tidak diperbolehkan menjadi barang dagangan yang hanya beredar diantara orang-orang kaya saja, akan tetapi diharapkan dapat memberi kontribusi kepada kesejahteraan masyarakat sebagai suatu keseluruhan.²²

Didalam Islam melarang penimbunan atau hal-hal yang menghambat pendistribusian barang kekonsumen. Menimbun sendiri adalah membeli barang dalam jumlah yang banyak kemudian menyimpannya dengan maksud untuk menjualnya dengan harga yang tinggi. Penimbunan dilarang agar harta tidak beredar hanya di kalangan orang-orang tertentu sebagaimana misi Islam.

عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ قَالَ قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ مَنْ اخْتَكَرَ حُكْرَةً يُرِيدُ أَنْ يُغْلِي بِهَا عَلَى الْمُسْلِمِينَ فَهُوَ خَاطِئٌ
(رواه أحمد)

Dari Abu Hurairah berkata, Nabi Muhammad SAW bersabda :” Siapa saja yang melakukan penimbunan untuk mendapatkan harga yang paling tinggi, dengan tujuan mengecoh orang Islam maka termasuk perbuatan yang salah”.
(HR Ahmad)

²² Khiruddin, Op.Cit. h. 70-73

Rasulullah melarang umat Islam menimbun barang (*ikhtikar*) biasanya dilakukan dengan tujuan untuk dijual ketika barang sudah sedikit atau langka sehingga harganya mahal. Penimbunan termasuk aktivitas ekonomi yang mengandung kedzaliman dan karenanya berdosa.²³ Islam memiliki etika distribusi sebagai bagian yang tidak terpisahkan dari etika komprehensif Islam. Distribusi yang dimaksud disini adalah kegiatan membawa barang dan jasa kepada konsumen. Islam tetap memberikan rambu-rambu sesuai syariat Islam yang komprehensif islam tidak membiarkan kegiatan distribusi ini bebas nilai. Berikut ada beberapa etika yang dianjurkan dalam bidang distribusi:

- (1) Selalu menghiiasi amal dengan niat ibadah dan ikhlas.
- (2) Memberikan informasi tentang barang secara jujur dan transparan, apa adanya, tidak menggoda, dan menjerumuskan pembeli.
- (3) Tidak mendistribusikan barang-barang yang membahayakan dan yang diharamkan.
- (4) Melakukan metode distribusi yang bersifar jujur, memegang amanah, dan berdakwah.
- (5) Tidak melakukan kegiatan yang memakan harta secara batil.

²³ Indri, *Hadis Ekonomi cet.ke-2* (Jakarta: Prenamedia Group, 2016),h. 133

- (6) Tidak melakukan tindakan yang berbau riba dan kezalima lainnya.
- (7) Tidak mengurangi ukuran, standar, kualitas, timbangan secara curang.
- (8) Harus tetap menjaga sikap adil dalam segala bentuk.
- (9) Menjelaskan spesifikasi, kegunaan barang secara jujur, terus terang dan transparan.

(10) Membebaskan konsumen memilih sesuai keingannya, tidak melakukan paksaan, dan memberikan kesempatan kepada konsumen untuk mengembalikan barangnya jika salah beli, tidak sesuai, dan tidak memuaskannya sesuai yang dijelaskan.²⁴

Islam mencela sifat dan sikap yang hanya mementingkan keinginan individu (*self interest*) tanpa mempedulikan keadaan sekitar. Gejala sosial dan berbagai bentuk kriminalitas seringkali dipicu oleh adanya faktor kesenjangan ekonomi ditegah masyarakat. Kebijakan ekonomi melalui instrumen moneter dan fiskal merupakan alat (*tool*) untuk mendorong peningkatan produksi dan distribusi barang dan jasa bagi kebutuhan masyarakat.²⁵

²⁴ Sofyan S. Harapan, *Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam*, (Jakarta: Salemba Empat, 2011), h. 139-141

²⁵ Khiruddin, Op.Cit. h.76

3) Etika Islam Dalam Bidang Konsumsi

Konsumsi adalah pekerjaan atau kegiatan yang memakai atau menggunakan suatu produk barang atau jasa yang diproduksi atau dibuat oleh produsen. Konsumsi merupakan bagian aktifitas ekonomi selain produksi dan distribusi. Konsumsi akan terjadi jika manusia memiliki uang (harta). Tujuan utama konsumsi seorang muslim adalah sebagai sarana penolong untuk beribadah kepada Allah. Sesungguhnya mengkonsumsi sesuatu dengan niat untuk meningkatkan stamina dalam ketaatan pengabdian kepada Allah akan menjadikan konsumsi itu sebagai ibadah yang dengannya manusia mendapatkan pahala.

Konsumsi dalam perspektif bisnis/ekonomi konvensional dinilai sebagai tujuan terbesar dalam kehidupan dan segala bentuk kegiatan ekonomi. Bahkan ukuran kebahagiaan seseorang diukur dalam tingkat kemampuannya dalam mengkonsumsi. Konsep konsumen adalah raja menjadi arah bahwa aktifitas ekonomi khususnya produksi untuk memenuhi kebutuhan konsumen sesuai dengan kadar relatifitas dari keinginan konsumen, dimana AL-Qur'an telah mengungkapkan hakekat tersebut dalam firman-Nya (QS. Muhammad: 2):²⁶

²⁶ Ibid, h.76-87

وَالَّذِينَ ءَامَنُوا وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ وَءَامَنُوا بِمَا نُزِّلَ عَلَىٰ مُحَمَّدٍ
وَهُوَ الْحَقُّ مِنْ رَبِّهِمْ كَفَّرَ عَنْهُمْ سَيِّئَاتِهِمْ وَأَصْلَحَ بَالَهُمْ ﴿٢٧﴾

Artinya: “Dan orang-orang mukmin dan beramal soleh serta beriman kepada apa yang diturunkan kepada Muhammad dan Itulah yang Haq dari Tuhan mereka, Allah menghapuskan kesalahan-kesalahan mereka dan memperbaiki keadaan mereka”.²⁷

Dalam konsumsi, seorang muslim harus memperhatikan kebaikan (kehalalan) sesuatu yang akan di konsumsinya. Konsumsi bagi seorang muslim hanya sekedar perantara untuk menambah kekuatan dalam mentaati Allah, yang ini memiliki indikasi positif dalam kehidupan ini. Mengonsumsi sesuatu yang halal dan tidak mengonsumsi dan menggunakan harta, barang atau jasa yang dilarang. Sebagaimana hadis nabi:

عَنْ أَبِي عَبْدِ اللَّهِ النُّعْمَانِ بْنِ بَشِيرٍ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُمَا قَالَ :
سَمِعْتُ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ يَقُولُ : إِيَّاكَ الْحَلَالُ بَيْنُ
وَأَيِّكَ الْحَرَامُ بَيْنُ وَبَيْنَهُمَا أُمُورٌ مُشْتَبِهَاتٌ لَا يَعْلَمُهُنَّ كَثِيرٌ مِنْ
فَمَنِ اتَّقَى الشُّبُهَاتِ فَقَدْ اسْتَبْرَأَ لِدِينِهِ وَعِرْضِهِ , وَمَنْ وَقَعَ فِي
, لَرَأَى عِيْرَ عَى حَوْلَ الْحِمَى الشُّبُهَاتِ وَقَعَ فِي الْحَرَامِ
يُوشِكُ أَنْ يَرْتَعَ فِيهِ , أَلَا وَ إِنَّ لِكُلِّ مَلِكٍ حِمًى أَلَا وَ إِنَّ حِمَى اللَّهِ
مَحَارِمُهُ أَلَا وَ إِنَّ فِي الْجَسَدِ مُضْغَةً إِذَا صَلَحَتْ صَلَحَ الْجَسَدُ
كُلُّهُ وَإِذَا فَسَدَتْ فَسَدَ الْجَسَدُ كُلُّهُ أَلَا وَ هِيَ الْقَلْبُ
(رواه البخاري و مسلم)

Dari Abu Abdillah Nu'man bin Basyir radhiallahuanhu dia berkata, saya mendengar Rasulullah shallallahu'alaihi wa sallam bersabda, “sesungguhnya yang halal itu jelas dan yang haram itu jelas.

²⁷ Departemen Agama RI. Op. Cit. h.507

Diantara keduanya terdapat perkara-perkara yang syubhat (samar-samar) yang tidak diketahui oleh orang banyak. Maka siapa yang takut terhadap syubhat berarti dia telah menyelamatkan agamanya dan kehormatannya. Dan siapa yang terjerumus dalam perkara syubhat, maka akan terjerumus dalam perkara yang diharamkan. Sebagaimana penggembala yang mengembalakan hewan gembalaannya disekitar ladang yang dilarang untuk memasukinya, maka lambat laun dia akan memasukinya. Ketahuilah bahwa setiap raja memiliki larangan dan larangan Allah adalah apa yang dia haramkan. Ketahuilah bahwa didalam diri ini terdapat segumpal daging, jika dia baik maka baiklah seluruh tubuh ini dan jika dia buruk, maka buruklah seluruh tubuh; ketahuilah bahwa dia adalah hati.”. (HR. Bukhari dan Muslim)

Sesuatu yang halal artinya sesuatu yang telah terlepas dari ikatan bahaya duniawi dan ukhrawi. Di dalam Islam perintah untuk mengkonsumsi sesuatu termasuk makanan harus memenuhi kriteria yang halal dan baik (tayyib).²⁸

Adapun etika konsumsi Islam harus memperhatikan beberapa hal, di antaranya adalah:

- (1) Jenis barang yang dikonsumsi adalah barang yang baik dan halal (halalan thoyyiban), yaitu:
 - (a) Zat, artinya secara materi barang tersebut telah disebutkan dalam hukum syariah.
 - (b) Proses, artinya dalam prosesnya sudah memenuhi kaidah syariah. Cara mendapatkannya tidak dilarang, misal: riba (Al-Imran:130), merampas (An-Nissa:6), menipu, mengurangi timbangan dan lain-lain.

²⁸ Dede Rodin, *Tafsir Ayat Ekonomi cet ke-1* (Semarang: CV. Karya Abadi Jaya, 2015), h.139

(2) Kemanfaatan dan kegunaan barang yang dikonsumsi, artinya lebih memberikan manfaat dan jauh dari merugikan baik dirinya maupun orang lain.

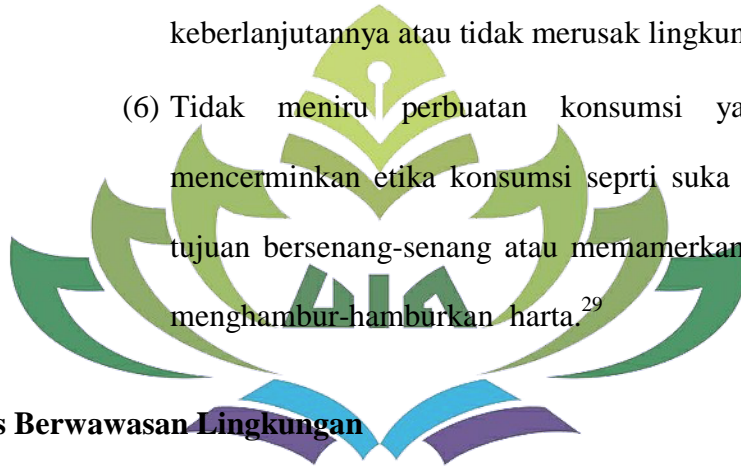
(3) Kuantitas barang yang dikonsumsi tidak berlebihan dan tidak terlalu sedikit atau kikir atau bakhil, tapi pertengahan (Al-Furqon: 67), serta mendapatkan kekayaan berlebih harus mau berbagi melalui zakat, infak, sedekah maupun wakaf dan ketika kekurangan harus sabar dan merasa cukup dengan apa yang dimilikinya.

Konsumsi Islam senantiasa memperhatikan halal-haram, komitmen dan konsekuensi dengan kaidah-kaidah dan hukum-hukum syariat yang mengatur konsumsi agar mencapai kemanfaatan konsumsi seoptimal mungkin dan mencegah penyelewengan dari jalan kebenaran dan dampak mudharat baik bagi dirinya maupun orang lain. Adapun kaidah/prinsip dasar konsumsi islami adalah:

(1) Prinsip syariah, yaitu menyangkut dasar syariat yang harus terpenuhi dalam melakukan konsumsi dimana terdiri dari: prinsip kaidah, prinsip ilmu, dan prinsip amaliah.

(2) Prinsip kuantitas, yaitu sesuai dengan batas-batas kuantitas yang telah dijelaskan dalam syariat Islam, di antaranya: sederhana, sesuai antara pemasukan dan pengeluaran, dan menabung dan investasi.

- (3) Prinsip prioritas, dimana memperhatikan urutan kepentingan yang harus diprioritaskan agar tidak terjadi kemudharatan.
- (4) Prinsip sosial, yaitu memperhatikan lingkungan sosial disekitarnya sehingga tercipta keharmonisan hidup dalam masyarakat.
- (5) Kaidah lingkungan, yaitu dengan mengkonsumsi harus sesuai dengan kondisi potensi daya dukung sumber daya alam dan keberlanjutannya atau tidak merusak lingkungan.
- (6) Tidak meniru perbuatan konsumsi yang yang tidak mencerminkan etika konsumsi seperti suka menjamu dengan tujuan bersenang-senang atau memamerkan kemewahan dan menghambur-hamburkan harta.²⁹



B. Bisnis Berwawasan Lingkungan

1. Pengertian Bisnis Berwawasan Lingkungan

Ekonomi berwawasan lingkungan adalah kegiatan ekonomi (industry, perdagangan, jasa, perbankan, keuangan) yang memiliki keseimbangan yang sehat dan dinamis antara ekonomi dan sumberdaya, sehingga kesinambungan.³⁰

Green business adalah usaha yang mengadopsi prinsip, kebijakan, dan praktek meningkatkan kualitas hidup para kastamer, pegawai, komunitas, dan

²⁹ Khoiruddin, Op. Cit. h. 76-88

³⁰ Ahmad Muhsin, Dyah Rachmawati Lucitasari, "Analisa Strategis Pengembangan Produk Ramah Lingkungan Guna Mewujudkan Ekonomi Berawasan Lingkungan Di Provinsi Diy". Jurnal *Industrial Engineering Conference 2011, 5 November 2011*, h.2-3

lingkungan hidup, dalam operasionalnya *green business* memberikan solusi atas masalah-masalah lingkungan dan masyarakat.³¹

Pendekatan yang dilakukan oleh pelaku bisnis untuk mempertahankan kesinambungan dalam aktivitasnya yang berwawasan lingkungan dikenal dengan bisnis hijau. Bisnis Hijau (*Greening business management*) adalah strategi pengelolaan lingkungan yang terpadu yang meliputi pengembangan struktur organisasi, sistem dan budaya dalam suatu kompetensi hijau dengan cara menerapkan dan mentaati seluruh peraturan tentang pengelolaan lingkungan, termasuk pengelolaan bahan baku, pengolahan limbah, penggunaan sumberdaya alam yang efektif, penggunaan teknologi produksi yang menghasilkan limbah minimal serta menerapkan komitmen kesadaran lingkungan bagi seluruh karyawan dalam organisasinya.³²

Dari pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwa bisnis berwawasan lingkungan adalah serangkaian aktivitas bisnis yang dalam operasionalnya dapat memberikan solusi atas masalah-masalah lingkungan dan masyarakat karena *green business* tidak hanya mementingkan keuntungan pribadi saja namun juga tidak mengabaikan lingkungan alamnya sehingga tercapainya kesadaran terhadap lingkungan dan dapat mengurangi pencemaran lingkungan disekitarnya.

³¹ Imanuddin Hasbi, *Bisnis Dengan Hijau Kan Bumi Biru Dan Langit* (Jurnal universitas telkom, Vol 10, No 1, 2010) , h. 19

³² “Kementrian Lingkungan Hidup, *Greening Business*” (On-line), tersedia di: <http://www.menlh.go.id/greening-business/> (2018).

2. Indikator Berwawasan Lingkungan

Indikator bisnis berwawasan lingkungan:

- a. Mengembangkan produk sesuai dengan sumberdaya alam yang tersedia.
- b. Menerapkan standar lingkungan.
- c. Memiliki unit pengolahan limbah agar seminimal mungkin menghasilkan limbah dan berupaya mengubahnya menjadi lebih bermanfaat.³³

3. Karakteristik produk hijau menurut beberapa peneliti, yaitu:

- a. Produk tidak mengandung *toxic* (racun).
- b. Produk menggunakan bahan baku dari bahan daur ulang.
- c. Produk menggunakan bahan baku yang dapat di daur ulang.
- d. Produk tidak menggunakan bahan yang dapat merusak lingkungan.
- e. Tidak membahayakan bagi kesehatan manusia dan hewan.
- f. Tidak menghabiskan banyak energi dan sumber daya lainnya selama pemrosesan, penggunaan, dan penjualan.
- g. Tidak menghasilkan sampah yang tidak berguna dalam waktu yang singkat.

Berdasarkan cara perusahaan melakukan kegiatan pemasarannya, terdapat enam konsep pemasaran menurut (Kotler, 2003) yaitu:

- a. Konsep berwawasan produksi. Konsep ini berpendapat bahwa konsumen akan memilih produk yang mudah didapat dan murah harganya.

³³ Imanuddin Hasbi, Op.Cit. h.19

- b. Konsep berwawasan produk. Konsep ini berpendapat bahwa konsumen akan memilih produk yang menawarkan mutu, kinerja, dan hal-hal inovatif lainnya.
- c. Konsep berwawasan penjualan. Konsep ini berpendapat bahwa konsumen enggan untuk membeli dan harus didorong supaya membeli, terkecuali perusahaan menjalankan suatu usaha promosi dan penjualan yang efektif untuk merangsang pembelian.
- d. Konsep berwawasan pemasaran. Konsep ini berpendapat bahwa kunci utama untuk mencapai tujuan perusahaan terdiri dari penentuan kebutuhan dan keinginan pasar serta memberikan kepuasan yang diinginkan secara lebih efektif dan efisien daripada kompetitor. Konsep ini bersandar pada empat pilar utama yaitu pasar sasaran, kebutuhan pelanggan, pemasaran yang terkoordinir, serta keuntungan.
- e. Konsep berwawasan konsumen. Konsep ini beranggapan bahwa untuk meningkatkan penjualan maka perusahaan harus fokus terhadap kebutuhan dan keinginan konsumen sehingga dapat menaikkan loyalitas konsumen.
- f. Konsep berwawasan pemasaran bermasyarakat. Konsep ini beranggapan bahwa tugas perusahaan adalah menentukan kebutuhan, keinginan, serta kepentingan pasar sasaran dan memenuhinya dengan lebih efektif, serta

lebih efisien daripada kompetitor dengan cara mempertahankan atau meningkatkan kesejahteraan konsumen dan masyarakat.³⁴

4. Dampak Mencapai Bisnis Berwawasan Lingkungan

Keuntungan dari “bisnis hijau” atau bisnis berwawasan lingkungan adalah sebagai berikut:

- a. Mengurangi biaya operasi dengan mengefisiensikan eksploitasi sumber daya alam yaitu dengan mengurangi jumlah limbah yang terbentuk, memaksimalkan konservasi energi, melakukan daur ulang dan memperpanjang siklus bahan baku yang digunakan.
- b. Menciptakan keunggulan bersaing dan dapat mempertahankan kesetiaan pelanggan, karena dapat memenuhi keinginan pelanggan akan produk dan kemasan yang ramah lingkungan.
- c. Dapat menciptakan strategi lingkungan yang unik dan sukar untuk ditiru, sehingga menjadi perusahaan yang berbeda dan menjadi pemimpin dalam perusahaan berwawasan lingkungan.
- d. Membantu perusahaan melakukan ekspansi ke pasar global.
- e. Meningkatkan “image” perusahaan dan hubungan baik dengan masyarakat.
- f. Memperkecil resiko lingkungan jangka panjang yang berkaitan dengan kerusakan sumber daya alam, konservasi energi dan pengendalian pencemaran serta pengelolaan limbah.

³⁴Rizky Kharismawan Shaputra, “Penerapan Green Marketing pada bisnis produk kosmetik”. (Malang: Jurnal JIBEKA Volume 7, No 3 Agustus 2013), h. 49-52

- g. Memberikan keuntungan bagi ekosistem dan komunitas dimana perusahaan itu beroperasi.
- h. Jika dipandang dari sudut etika merupakan sesuatu yang sangat diinginkan dan tidak dapat dihindari.
- i. Menjadikan perusahaan selangkah lebih maju dalam mentaati peraturan lingkungan.³⁵

C. Kepuasan Konsumen

1. Pengertian Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (atau hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan. Jika kinerja berada di bawah harapan, pelanggan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, pelanggan puas. Jika kinerja melebihi harapan, pelanggan amat puas atau senang.³⁶

Kepuasan konsumen mencakup perbedaan antara harapan dan kinerja atau hasil yang dirasakan konsumen. Kepuasan konsumen akan diperoleh jika kinerja suatu produk dapat memenuhi atau melebihi harapan konsumen dan konsumen merasa tidak puas jika kinerja suatu produk kurang dari yang diharapkan konsumen.³⁷ Kepuasan konsumen adalah persepsi konsumen bahwa

³⁵ “Kementrian Lingkungan Hidup, *Greening Business*” (On-line), tersedia di: <http://www.menlh.go.id/greening-business/> (2018). Op. Cit.

³⁶ Philip Kotler Philip Dan Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, Edisi kedua belas, (Jakarta: PT Indeks, 2007), h.177

³⁷ Paulus Lilik Kristianto, *Psikologi Pemasaran Integrasi Ilmu Psikologi Dalam Kegiatan Pemasaran*, (Yogyakarta: CAPS, 2011), h.31

harapannya telah terpenuhi atau terlampaui dengan membeli atau menggunakan produk tersebut.³⁸

Kepuasan pelanggan terjadi apabila apa yang menjadi kebutuhan, keinginan, atau harapan pelanggan dapat anda penuhi. Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau puas bahwa produk atau jasa yang diterima telah sesuai atau melebihi harapan pelanggan.³⁹

Dari beberapa pengertian diatas maka dapat ditarik kesimpulan bahwa kepuasan konsumen adalah sikap atau tanggapan yang konsumen rasakan atas suatu produk atau jasa setelah mereka memperolehnya dan menggunakannya yang disertai terpenuhinya harapan atas suatu barang/produk pada pembeliannya.

2. Indikator Kepuasan Konsumen

Indikator kepuasan konsumen menurut Consuegra, Mengukur kepuasan konsumen dapat melalui 3 dimensi, yaitu:

- a. Kesesuaian harapan yaitu jasa yang ditawarkan sesuai dengan harapan para pelanggan.
- b. Persepsi Kinerja, yaitu hasil atau kinerja pelayanan yang diterima sudah sangat baik atau belum.

³⁸ Titik Wijayanti, *Marketing Plan?* (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2012), h. 143

³⁹ S. Supriyanto, Ernawati, *Pemasaran Industri Jasa Kesehatan* (Yogyakarta: CV ANDI OFFSET, 2010), h.303

- c. Penilaian pelanggan, yaitu dari secara keseluruhan pelayanan yang diterima pelanggan lebih baik atau tidak jika dibandingkan dengan jasa lainnya yang menawarkan jasa yang sama.⁴⁰

Menurut Philip Kotler untuk mengukur kepuasan pelanggan dapat dilakukan dengan cara:

- a. *Directly reparted satisfaction* (Kepuasan Yang dilaporkan Langsung), yaitu ungkapan yang disampaikan secara langsung tentang kepuasan dirinya terhadap pelayanan yang diterimanya.
- b. *Derived dissatisfaction* (Ketidakpuasan Berasal), yaitu responden diberi pertanyaan mengenai seberapa besar mereka mengharapkan suatu atribut tertentu dan seberapa besar yang mereka rasakan
- c. *Problem analysis* (Analisa Masalah), yaitu responden diminta untuk menuliskan masalah-masalah yang mereka hadapi berkaitan dengan penawaran dari perusahaan. Disamping itu responden juga diminta untuk menuliskan perbaikan-perbaikan yang mereka sarankan
- d. *Importance/performance ratings* (Peringkat Kinerja), yaitu responden dapat diminta untuk meranking berbagai elemen (atribut) dari penawaran berdasarkan derajat pertanyaan setiap elemen dan seberapa baik kinerja perusahaan dalam masing-masing elemen.⁴¹

⁴⁰ Maslikhatul Aulia, Imam Hidayat, *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga terhadap KepuasanKonsumen* (Surabaya: Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen Vol 6, Nomor 5, Mei 2017), h. 5

⁴¹ Eswika Nilasari, Istiatin, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen* (Surakarta: Jurnal Paradigma Vol. 13, No. 01, Februari – Juli 2015), h. 6

3. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen

Menurut Zheithaml dan Bitner ada beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, antara lain:

- a. Fitur produk dan jasa. Kepuasan pelanggan terhadap produk atau jasa secara signifikan dipengaruhi oleh evaluasi pelanggan terhadap fitur produk atau jasa.
- b. Emosi pelanggan. Emosi juga dapat mempengaruhi persepsi pelanggan terhadap produk atau jasa. Emosi ini dapat stabil, seperti keadaan pikiran atau perasaan atau kepuasan hidup. Pikiran atau perasaan pelanggan (*good mood* atau *bad mood*) dapat mempengaruhi respon pelanggan terhadap jasa.

Sedang menurut Bhote, Keki R aspek-aspek yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen, yaitu :

- a. *Warranty Costs* (Biaya Garansi). Beberapa perusahaan dalam menangani *warranty costs* produk/jasa mereka dilakukan melalui persentase penjualan. Kegagalan perusahaan dalam memberi kepuasan kepada pelanggan biasanya karena perusahaan tidak memberi jaminan terhadap produk yang mereka jual kepada konsumen.
- b. Penanganan terhadap keluhan dari pelanggan. Secara statistik hal ini penting untuk diperhatikan, namun seringkali terlambat bagi perusahaan untuk menyadarinya. Bila keluhan/klaim dari pelanggan tidak secepatnya diatasi, maka customer defections tidak dapat dicegah.

- c. *Market Share* (Saham). Merupakan hal yang harus diukur dan berkaitan dengan kinerja perusahaan. Jika market share diukur, maka yang diukur adalah kuantitas, bukan kualitas dari pelayanan perusahaan.
- d. *Costs Of Poor Quality* (Biaya Kualitas Yang Buruk). Hal ini dapat bernilai memuaskan bila biaya untuk defecting customer dapat diperkirakan.
- e. *Industry Reports* (Perwakilan Industri). Terdapat banyak jenis dan industry reports ini, seperti yang disampaikan oleh J.D Power dalam Bhote, yakni report yang fairest, most accurate, dan most eagerly yang dibuat oleh perusahaan.⁴²

4. Kepuasan Konsumen Dalam Perspektif Islam

Lahirnya teori kepuasan konsumen dalam perspektif ekonomi konvensional akan melahirkan manusia serakah dan mementingkan diri sendiri. Hal ini karena asumsi rasional konsumsi dibangun atas dasar *utility* (kepuasan). Secara sederhana setidaknya terdapat 2 (dua) hal yang perlu untuk kritisi dari perilaku konsumsi yang berorientasi pada *utility* yakni pertama tujuan konsumsi hanyalah untuk mencapai kepuasan dan kedua batasan konsumsi hanyalah kemampuan anggaran. Artinya sepanjang dia mempunyai pendapatan maka tidak ada yang bisa membatasinya untuk melakukan konsumsi. Tentunya sikap ini akan menafikan kepentingan orang lain dan menafikan zat dan jenis barang (halal dan berkahnya barang).

⁴²Ibid, h. 6

Konsumsi dalam perpektif Islam mestinya menjadikan al-quran dan sunnah sebagai pedoman. Dimana konsep masalah yang merupakan tujuan dari dinul Islam selanjutnya menjadi tujuan prilaku konsumsi tersebut dalam mencapai kepuasan. Seorang muslim tidak akan selalu harus menghabiskan semua pendapatan yang dimiliki, karena dalam perpektif Islam adanya larangan pemborosan, larangan mengkonsumsi barang yang haram, larangan memakan riba dan kewajiban untuk membayar zakat ketika sudah ampai nisabnya.

Dalam menentukan kepuasan konsumsi bagi seorang muslim harus berorientasi dalam mengoptimalkan masalah bukan memaksimalkan. Karena dalam rasionalitas Islam memegang prinsip lebih banyak tidak selalu lebih baik (*the more isn't always the better*). Masalah akan terwujud ketika nilai berkah optimum dapat terpenuhi. Oleh itu kandungan berkah sangat mempengaruhi preferensi konsumen pada saat akan mengkonsumsi barang.hal ini menjadikan konsumen akan selalu menoptimalkan berkah dalam usaha mengoptimalkan masalah.⁴³

Dalam ilmu ekonomi Islam, kepuasan seorang muslim disebut dengan qona'ah. Kepuasan dalam Islam (qona'ah) merupakan cerminan kepuasan seseorang baik secara lahiriah maupun batiniah. Kepuasan dalam Islam berkaitan dengan keimanan yang melahirkan rasa syukur. Kepuasan menurut Islam harus mempertimbangkan beberapa hal berikut:

- a. Barang atau jasa yang dikonsumsi harus halal

⁴³ Sumar'in, *Ekonomi Islam Sebuah Pendekatan Ekonomi Mikro Perspektif Islam*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013), h.100-103

- b. Dalam mengkonsumsi barang atau jasa tidak berlebih-lebihan
- c. Tidak mengandung riba.⁴⁴

D. Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Fauzan, Ida Nuryana
1.	Judul Penelitian	Pengaruh Penerapan Etika Bisnis Terhadap Kepuasan Pelanggan Warung Bebek H. Selamat Di Kota Malang
	Penerbit	Fakultas Ekonomi, Universitas Kanjuruhan Malang
	Tujuan Penelitian	Untuk mengetahui apakah ada pengaruh penerapan etika bisnis terhadap kepuasan pelanggan.
	Metode Sampling	<i>Accidental sampling.</i>
	Variabel Penelitian	Variabel dependen: kepuasan pelanggan. Variable independen: pengaruh penerapan etika bisnis
	Hasil Penelitian	Hasil dari penelitian mengindikasikan bahwa, penerapan etika bisnis yang diproksikan dengan (1) Keadilan berpengaruh secara negative dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan warung <i>Bebek H. Slamet</i> di Kota Malang.(2) Kejujuran berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan warung <i>Bebek H. Slamet</i> di Kota Malang. (3) Kepercayaan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan warung <i>Bebek H. Slamet</i> di Kota Malang. Secara bersama-sama penerapan etika bisnis berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan warung <i>Bebek H. Slamet</i> di Kota Malang. ⁴⁵
2.	Nama Peneliti	Heri Irawan
	Judul Penelitian	Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Pedagang

⁴⁴Fitria Salahika Salma, Ririn Tri Ratnasari, “Pengaruh Kualitas Jasa Perpektif Islam Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Hotel Grand Kalimas Di Surabaya” (Jestt Vol. 2 No. 4 April 2015), h. 327

⁴⁵ Fauzan, Ida Nuryana, “Pengaruh Penerapan Etika Bisnis Terhadap Kepuasan Pelanggan Warung Bebek H. Selamat Di Kota Malang”,(Jurna Ekonomi: Fakultas Ekonomi, Universitas Kanjuruhan Malang, 2015)

		Sembako Di Pasar Sentral Sinjai
	Penerbit	Fakultas Ekonomi Syariah, Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar.
	Tujuan Penelitian	Untuk mengetahui pemahaman dan penerapan etika bisnis Islam yang dicontohkan oleh Rasulullah saw, pada pedagang sembako yang ada di Pasar Sentral Sinjai.
	Metode Sampling	Teknik <i>Stratified Random Sampling</i>
	Variabel Penelitian	Variabel dependen: transaksi jual beli pedagang sembako di Pasar Sentral Sinjai Varabel independen: Penerapan etika bisnis islam
	Hasil Penelitian	Hasil penelitian menunjukan bahwa mayoritas pedagang sembako yang ada di Pasar Sentral Sinjai telah memahami dan menerapkan etika bisnis Islam seperti yang dicontohkan oleh Rasulullah saw dalam berdagang. Hal ini dapat dilihat dari indikator pedagang sembako tentang memahami etika bisnis hingga mencapai 19 orang atau 95% dan pedagang sembako melaksanakan sikap kejujuran mencapai hingga 19 orang dari 20 informan atau 95%. Namun masih terdapat pedagang sembako yang kurang paham secara teori dan tidak menerapkan etika bisnis karena istilah etika bisnis yang menjadi asing bagi mereka serta minimnya informasi tentang etika bisnis karena rendahnya pendidikan yang mereka miliki dan diasumsikan pula bahwa mereka sudah terbiasa dengan perdagangan yang hanya memprioritaskan profit atau keuntungan dunia semata dan tidak memikirkan keberkahan atau keuntungan akherat dalam berbisnis. ⁴⁶
3.	Nama Peneliti	Muhammad Faiz Rosyadi
	Judul Penelitian	Pengaruh Etika Bisnis Islam Terhadap <i>Customer Retention</i> (Studi Kasus Pada Bank Bpd Diy Cabang Syariah)
	Penerbit	Fakultas Syariah Dan Hukum Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
	Tujuan Penelitian	Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh etika bisnis Islam yang terdiri dari

⁴⁶ Heri Irawan, "Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Sembako Di Pasar Sentral Sinjai", (Tesis Program Gelar Magister Dalam Bidang Ekonomi Syariah Pasca Sarjana UIN Alauddin Makassar, 2017).

		keadilan (' <i>adl</i>), kehendak bebas (<i>free will</i>), tanggungjawab(<i>responsibility</i>), dan kebenaran, terhadap <i>customer retention</i> .
	Metode Sampling	Menggunakan <i>accidental sampling</i> .
	Variabel Penelitian	Variabel dependen: <i>customer retention</i> Variabel independen: pengaruh etika bisnis Islam yang terdiri dari keadilan (' <i>adl</i>), kehendak bebas (<i>free will</i>), tanggungjawab (<i>responsibility</i>), dan kebenaran.
	Hasil penelitian	Hasil penelitian menunjukkan bahwa koefisien determinasi yang terlihat pada nilai <i>Adjusted R Square</i> sebesar 0,725 yang berarti bahwa <i>customer retention</i> pengaruhnya dapat dijelaskan oleh keempat variabel independen yaitu keadilan, kehendak bebas, tanggungjawab, kebenaran sebesar 72,5%, dan sisanya yaitu 27,5% dapat dijelaskan oleh variabel lain di luar model penelitian ini. Secara parsial berdasarkan hasil uji t variabel-variabel dalam penelitian ini berpengaruh positif dan signifikan. ⁴⁷

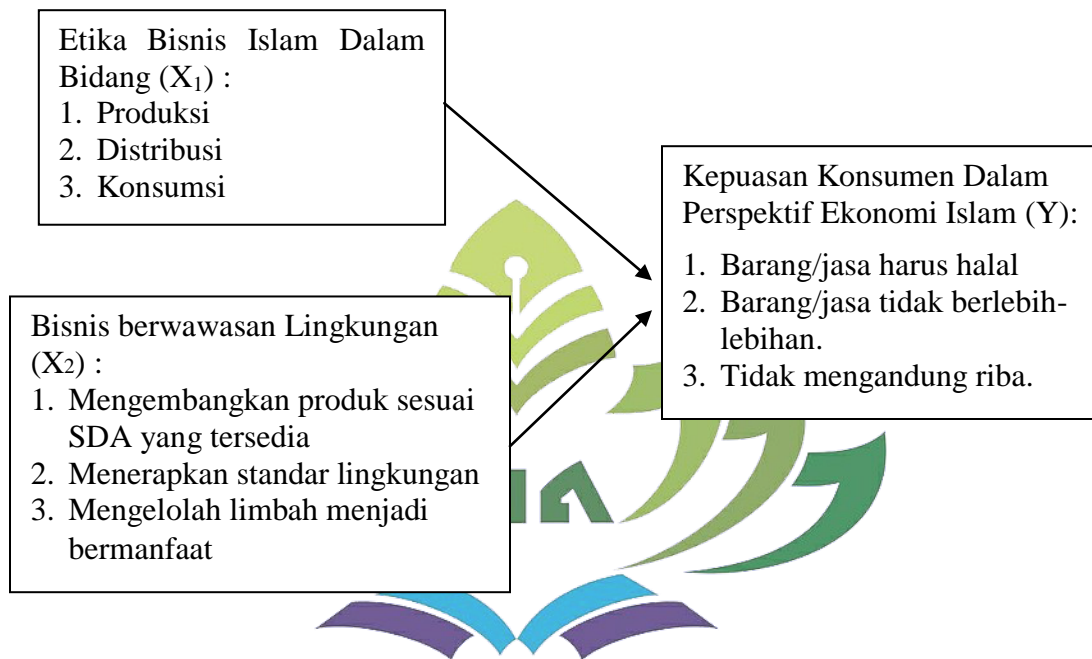
E. Kerangka Berfikir

Etika bisnis Islam yang berwawasan lingkungan perlu diterapkan oleh pelaku bisnis dalam menjalankan kegiatan bisnisnya. Hal ini dapat menghasilkan manfaat yang lebih baik bagi lingkungan, manusia, mengurangi eksploitas/penyalahgunaan sumber daya alam, mengurangi jumlah limbah yang tidak terkendali dan dapat membangun kepercayaan konsumen sehingga dapat mendukung kelangsungan bisnis. Apabila pelaku bisnis berlaku etis maka konsumen akan merasa puas menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan. Untuk mengetahui masalah yang akan dibahas, perlu adanya kerangka pemikiran yang merupakan landasan dalam meneliti masalah

⁴⁷ Muhammad Faiz Rosyadi, "Pengaruh Etika Bisnis Islam Terhadap *Customer Retention*", (Tesis Program Gelar Magister Fakultas Syariah Dan Hukum Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2016)

yang bertujuan untuk menemukan kebenaran suatu penelitian, maka digambarkan sebagai berikut:

Gambar 2.1
Kerangka Berfikir



BAB III

PENYAJIAN DATA LAPANGAN

A. Gambaran Umum Tempat Penelitian

1. Gambaran Umum Kelurahan Raja Basa Nunyai

Kelurahan Rajabasa Nunyai terletak di Jl. Nunyai Gg. Hi. Ismail No.110 Kecamatan Rajabasa Kota Bandar Lampung. Berdasarkan peraturan daerah kota bandar lampung Nomor : 04 Tahun 2012, pada hari senin tanggal 17 September 2012 kelurahan rajabasa nunyai diresmikan oleh walikota bandar lampung bapak Herman HN. Kelurahan Rajabasa Nunyai memiliki luas wilayah 125 Ha dengan jumlah penduduk 5.765 jiwa, jumlah KK 1.395, dan memiliki 20 RT, serta 2 kepala lingkungan. Dengan batas-batas wilayah desa/kelurahan:

Utara : Kelurahan Raja Basa
Selatan : Kelurahan Gunung Terang
Barat : Kelurahan Rajabasa Pemuka
Timur : Kelurahan Gedong Meneng

a. Data lingkungan Kelurahan Rajabasa Nunyai

Tabel 3.1
Data lingkungan Kelurahan Rajabasa Nunyai Tahun 2017

No	Lingkungan	Luas Wilayah (Ha)	Jumlah		Jumlah	
			RW	RT	KK	Rumah
1	I	60 Ha	-	13	602	885
2	II	65 Ha	-	7	793	793
Jumlah		125 Ha		20	1.395	1.678

b. Penduduk berdasarkan gender

Tabel 3.2
Penduduk berdasarkan gender Tahun 2017

No	Jenis Kelamin	Jumlah
1	Penduduk laki-laki	2.793 jiwa
2	Penduduk perempuan	2.972 jiwa
Jumlah		5.765wa

c. Luas Wilayah Menurut Penggunaan

Tabel 3.3
Luas Wilayah Menurut Penggunaan

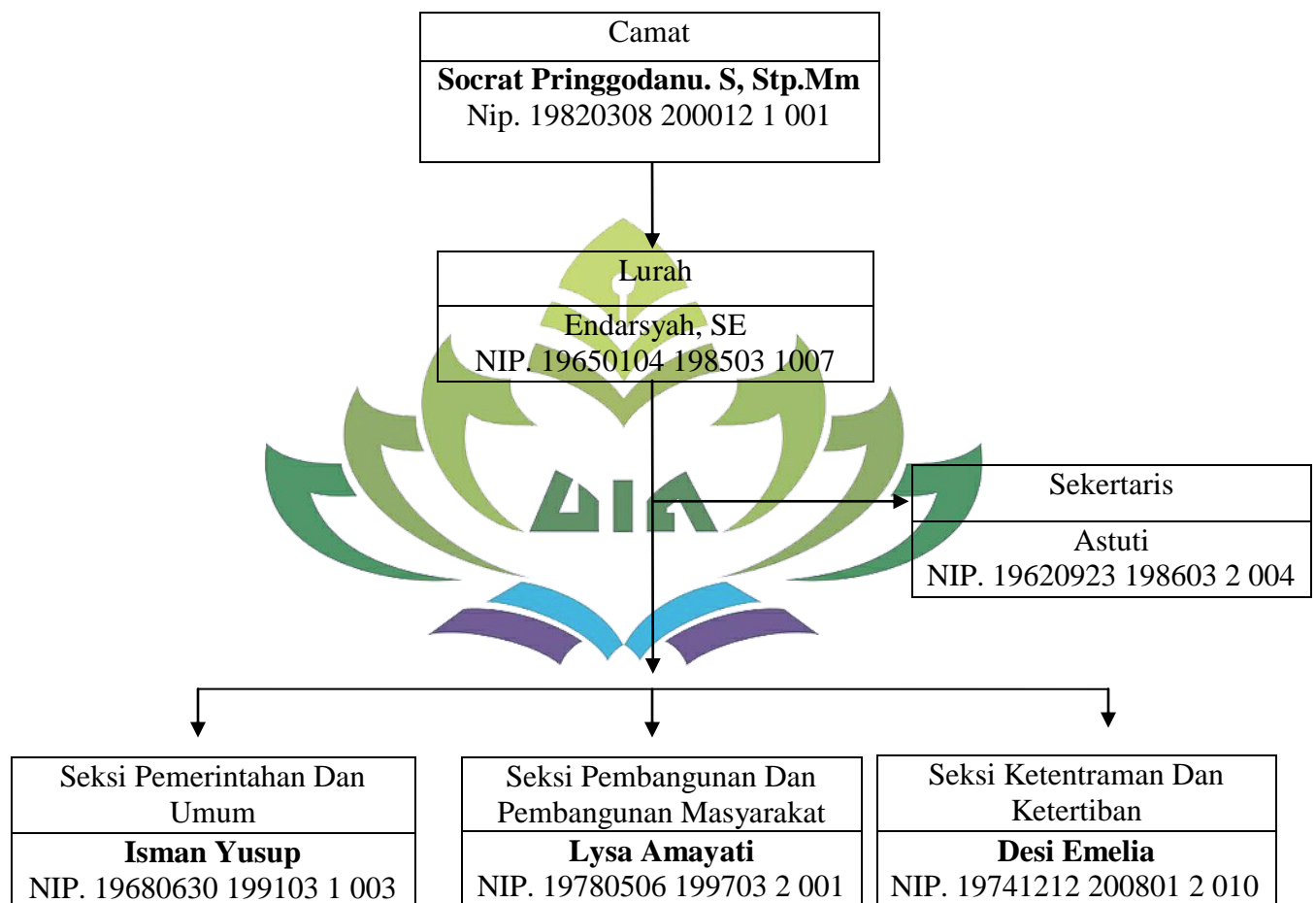
Luas Pemukiman	98
Luas Persawahan	-
Luas Perkebunan	-
Luas Kuburan	3
Luas Perkarangan	1
Luas Taman	2
Perkantoran	9
Luas prasarana umum lainnya	12
Total Luas	125 ha/m ²

2. Struktur Organisasi

Dalam menjalankan dan menunjang pelaksanaan pemerintahannya, Kelurahan Rajabasa Nunyai di dukung oleh struktur organisasi dimana struktur ini merupakan hal penting untuk sebuah organisasi. Hal ini dikarenakan struktur merupakan landasan atau landasan atau dasar kerja, aturan dan gambaran nyata tentang pembagian tugas dan pekerjaan sehingga terciptalah kerjasama yang teratur dan sistematis. Dibawah ini adalah susunan pemerintahan Kelurahan Rajabasa Nunyai sebagai berikut:

**Struktur Kepengurusan Organisasi
Kelurahan Rajabasa Nunyai
Kecamatan Rajabasa Kota Bandar Lampung
(Berdasarkan Peraturan Walikota Bandar Lampung No. 67 Th. 2016)**

**Gambar 3.1
Struktur Kepengurusan Organisasi Kelurahan Rajabasa Nunyai**



B. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Sejarah Singkat Berdirinya The Gergaji Tangan, Bandar Lampung

The Gerjaji Tangan merupakan bentuk usaha yang bergerak dibidang furniture yang berbahan kayu pallet, yaitu kayu hasil produksi yang ramah lingkungan karena dibuat dari limbah kayu. Produk The Gergaji Tangan adalah berbagai jenis furniture mulai dari lemari, kursi, meja, kitchen set, gerobak, dan lainnya. Beragam produk ini telah dihasilkan dari bengkel produksinya yang berada di jl. Pramuka, gg. Karya 12, no. 7. Usaha ini mulai sejak Mei 2015. Usaha ini berawal dari rekan Riki yaitu Lucky membeli produk furniture berbahan kayu pallet dari luar kota. Kemudian Riki dan Lucky berfikir dari pada membeli lebih baik coba buat sendiri. Karena menurut mereka di Bandar Lampung masih jarang usaha furniture dari kayu jenis ini, dan punya prospek usaha yang cukup baik. Sehingga mereka tertarik untuk serius membangun bisnis bersama dibidang ini.

Bahan baku yang digunakan adalah jenis Kayu Jati Belanda atau biasa disebut kayu pallet, juga dikenal sebagai kayu limbah karena kayu bekas ini biasanya digunakan sebagai peti kemas barang-barang impor. Maka dengan menggunakannya dapat mendukung kampanye go green untuk kelestarian lingkungan. karena dapat memanfaatkan limbah atau kayu yang hampir tidak terpakai. Dipilihnya kayu pallet juga karena kayu ini memiliki berat yang lebih ringan, teksturnya cukup lunak sehingga mudah diolah atau membentuknya. Berbeda dengan kayu jenis lainnya yang lebih keras dan berat. Selain itu, kayu

ini memiliki alur serat atau urat kayu yang menonjol, berwarna cerah yang cenderung putih kekuning-kuningan dan berteksture halus sehingga terlihat lebih cantik jika di banding dengan teksture kayu lainnya. Sehingga, kayu ini bisa dikreasikan menjadi produk-produk furniture yang unik, keren, elegan, dan ciamik.

Dalam kegiatan Industri Usaha The Gergaji Tangan melayani pembuatan produk sesuai dengan permintaan pelanggan, dan harga produk dapat disesuaikan. Maka dari itu, seiring berjalannya waktu bahan baku yang digunakan bukan hanya menggunakan kayu jati belanda saja, namun menyesuaikan keinginan konsumen memesan menggunakan kayu jenis apa dan juga desain sesuai permintaan konsumen. Pesanan datang paling banyak dari pemilik kafe, distro, dan usaha lainnya, karena furnitur The Gergaji Tangan yang unik sangat cocok untuk mempercantik dekorasi tempat usaha. Bahkan dalam sebulan, Riki dan Lucky dapat meraih omset puluhan juta rupiah.

2. Visi Dan Misi

a. Visi:

Menjadi salah satu usaha *furniture* yang *professional* dalam pelayanan jasa sehingga dapat menyediakan produk *furniture* yang berkualitas, inovatif, dan fungsional serta berwawasan lingkungan.

b. Misi:

- 1) Menciptakan lapangan pekerjaan guna mengurangi pengangguran dan dapat membangun individu yang professional

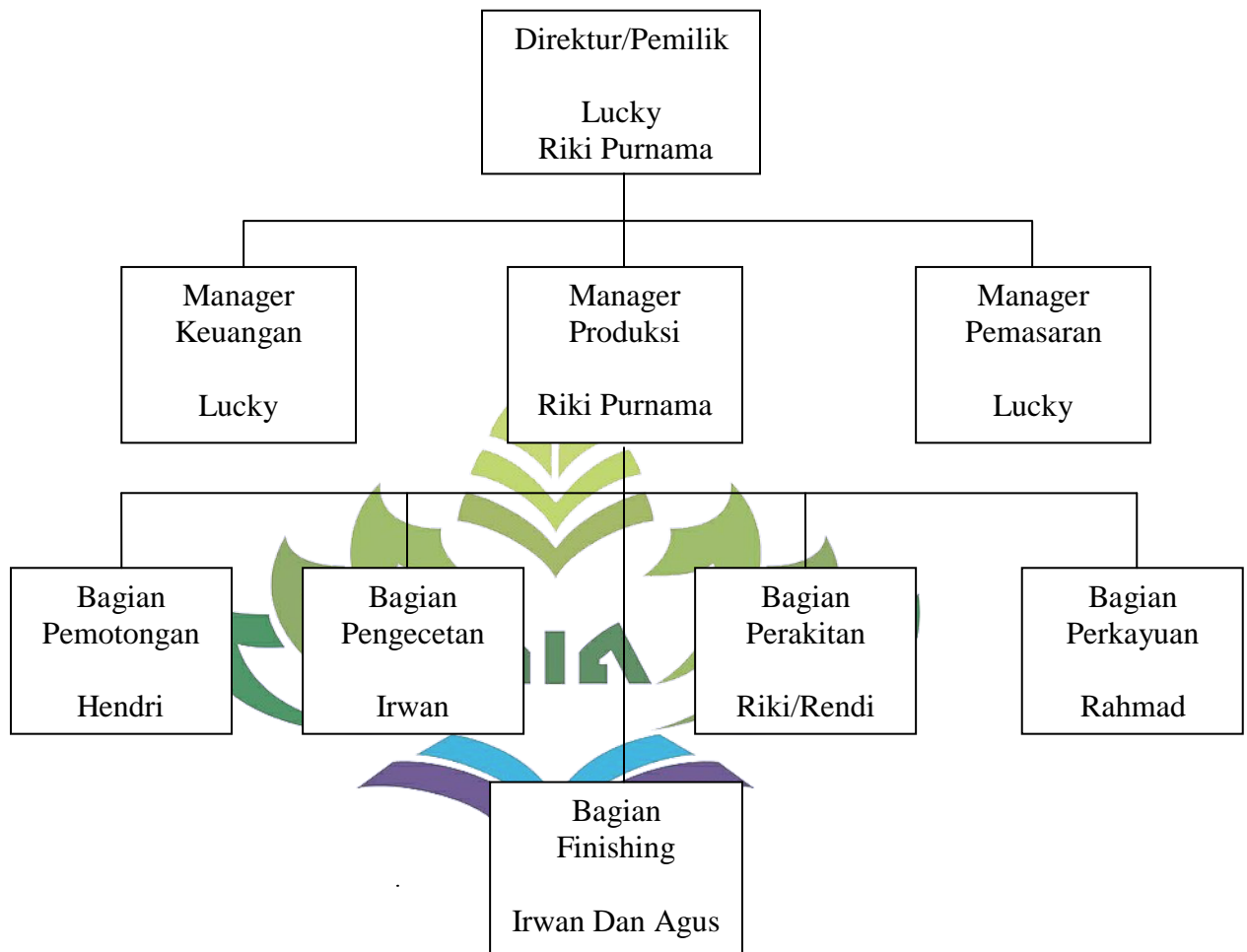
- 2) Memproduksi *furniture* yang berkualitas
- 3) Menyajikan *furniture* yang berbahan dasar kayu yang lebih bervariasi dan unik.
- 4) Bekerja keras menciptakan peluang agar bisa berkembang dan mengutamakan kepuasan konsumen.

3. Struktur Organisasi

Dalam setiap diri seseorang maupun kelompok pada umumnya untuk mencapai tujuan yang sudah direncanakan memerlukan tahapan dan pembagian kerja, serta tempat atau wadah yang dijadikan untuk melaksanakan seluruh rangkaian rencana. Dalam organisasi ada sekelompok manusia yang melakukan kegiatan yang berbeda dan terarah, terkait antara satu dan yang lain dalam mencapai suatu tujuan yang telah ditetapkan. Struktur organisasi adalah pembagian tugas, wewenang dan tanggung jawab dengan maksimal, sehingga terciptanya komunikasi dan hubungan yang harmonis baik antar anggota maupun dengan organisasi lain dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Di bawah ini adalah susunan bagan organisasi Usaha The Gergaji Tangan, Kel. Rajabasa Kec. Kedaton, Bandar Lampung:

Struktur Organisasi Usaha The Gergaji Tangan

Gambar 3.2



4. Produk Usaha The Gergaji Tangan Bandar Lampung

Usaha The Gergaji Tangan memiliki beragam produk dalam penjualannya yaitu mulai dari lemari pakaian, lemari menu, lemari kamera, ranjang kayu, rak asesories, rak piramid, rak toko, rak sepatu, kursi bar, bangku taman, meja tamu, meja makan, meja tv, meja rias, kitchen set, sign board, diecast showcase,

marquee letter lights, letter box, smurf tier, bumble bee, gerobak, dan lainnya. Produk yang dibuat juga tidak kalah saing dengan produk-produk yang ditawarkan oleh usaha *furniture* lainnya karena mereka mementingkan kepuasan konsumen. Macam-macam produk tersebut merupakan beberapa kategori yang sering dipesan dan sangat diminati oleh konsumen di The Gergaji Tangan. Dijelaskan oleh Lucky bahwa konsumen dapat memesan produk/barang sesuai dengan desain yang diinginkan konsumen dan harga produk dapat disesuaikan. Riki juga mengatakan bahan baku utama yang biasa digunakan untuk memproduksi suatu barang yaitu, kayu jati belanda/ Pinus, kayu bayur, kayu mahoni, dan kayu cempaka.

5. Sasaran Konsumen Produk Usaha The Gergaji Tangan Bandar Lampung

Sasaran konsumen yang dituju oleh Usaha The Gergaji Tangan, Bandar Lampung yaitu orang dewasa yang membutuhkan beragam macam *furniture* atau memerlukan jasa pembuatan *furniture*, yang tentunya memiliki penghasilan diatas rata-rata atau kalangan menengah atas.

6. Konsep Pemasaran Produk Usaha The Gergaji Tangan Bandar Lampung

Adapun konsep pemasaran yang digunakan oleh Usaha The Gergaji Tangan Bandar Lampung adalah dengan menggunakan konsep harga, konsep produk, konsep pelayanan, konsep promosi, dan konsep penjualan sebagai berikut:

a. Konsep Harga

Harga merupakan faktor yang penting bagi konsumen, karena biasanya konsumen akan membandingkan harga produk perusahaan dengan produk pesaing. Harga produk *furniture* di The Gergaji Tangan bermacam-macam dan dapat disesuaikan tergantung dengan jenis, desain, dan bahan baku produknya. Kisaran harga mulai dari puluhan ribu hingga jutaan rupiah sesuai pesanan barang/produk.

b. Konsep Produk

Produk adalah suatu barang atau jasa yang dapat ditawarkan ke pasar, dan bisa memuaskan sebuah keinginan atau kebutuhan konsumen. The Gergaji Tangan percaya bahwa kualitas barang maupun jasa yang dihasilkan haruslah bagus, sehingga mudah menarik konsumen. Disini produk yang ditawarkan oleh The Gergaji Tangan ada beragam dan konsumen dapat memesan produk/barang sesuai dengan permintaan yang diinginkan konsumen.

c. Konsep Pelayanan

Memberikan pelayanan yang memuaskan memiliki kesan yang positif, maka dari itu The Gergaji Tangan selalu memberikan pelayanan yang baik bagi semua konsumen yang datang. Keramahan dan sikap yang mau membantu dengan tulus akan sangat dihargai oleh setiap konsumen. Karena pelayanan juga dapat menentukan konsumen akan datang lagi atau tidak, atau bahkan menjadi konsumen tetap pada The Gergaji Tangan.

d. Konsep Promosi

Promosi merupakan arus informasi yang penting untuk membuat produk yang anda pasarkan dapat dikenal dikalangan masyarakat luas dan juga dapat membuat pembeli agar tertarik dan mau membeli barang yang dijualnya. Promosi yang dilakukan The Gergaji Tangan hanya dengan pemanfaatan teknologi informasi yang berkembang, seperti media massa dan media sosial yaitu berita koran, facebook, instagram, line, dan whatsapp. Karena konsumen memang kebanyakan diperoleh melalui media sosial, dan kenalan teman.

e. Konsep Penjualan

Konsep penjualan adalah orientasi manajemen yang menganggap konsumen akan melakukan atau tidak melakukan pembelian produk-produk perusahaan yang didasarkan atas pertimbangan usaha-usaha nyata yang dilakukan untuk mendorong minat akan produk tersebut. Menurut Lucky konsep penjualan yang dilakukan oleh Usaha The Gergaji Tangan Bandar Lampung yaitu dengan dilakukannya strategi promosi melalui media massa dan media sosial, seperti surat kabar, internet, internet dan lainnya. Karena konsumen memang kebanyakan diperoleh melalui media sosial, dan kenalan teman.

C. Hasil Penelitian

1. Gambaran Responden

Pada bagian ini sebelum peneliti menggambarkan hasil kuisioner yang disebarkan kepada konsumen yang menggunakan jasa The Gergaji Tangan yang terletak di Kelurahan Rajabasa Nunyai Kecamatan Rajabasa, Bandar Lampung, terlebih dahulu akan dibahas mengenai gambaran karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, usia, jenis pekerjaan, dan pendidikan terakhir. Penelitian ini dilakukan dengan jumlah responden 36 orang. Gambaran umum responden dalam penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut :

a. Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 3.4
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
1	Laki-laki	17	47,22
2	Perempuan	19	52,78
3	Jumlah	36	100%

Sumber : Data Primer diolah pada tanggal 13 Juli 2018

Berdasarkan tabel diatas, menunjukan bahwa jawaban kuesioner oleh para pembeli dengan jenis kelamin perempuan lebih banyak dibanding dengan jumlah laki-laki. Untuk perempuan sebanyak 52,78% atau 19 orang dari 36 sampel, dan untuk laki-laki 47,22% atau 17 responden.

b. Distribusi Responden Berdasarkan Usia

Tabel 3.5
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No	Usia Responden	Frekuensi	Persentase
1	14-25	9	25%
2	26-35	13	36,11%
3	36-45	11	30,56%
4	45 Tahun keatas	3	8,33%
Jumlah		36	100%

Sumber : Data Primer diolah pada tanggal 13 Juli 2018

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa distribusi responden pada pembeli terbesar terdapat pada kelompok umur 26-35 tahun yaitu 13 orang responden atau 36,11% dari total responden. Selanjutnya kelompok terbesar kedua pada kelompok umur 36-45 tahun sebanyak 11 orang responden atau 30,56%. Kemudian kelompok umur 14-25 tahun berjumlah 9 orang atau 25%. Kemudian yang terakhir distribusi responden pada kelompok umur 45 tahun keatas 3 orang atau 8,33%.

c. Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan

Tabel 3.6
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan

No	Jenis Pekerjaan	Frekuensi	Persentase
1	Ibu Rumah Tangga	7	19,44%
2	Wirausaha/Wiraswasta	8	22,22%
3	PNS	11	30,56%
4	Pelajar/Mahasiswa	4	11,11%
5	Buruh	6	16,67%
Jumlah		36	100%

Sumber : Data Primer diolah pada tanggal 13 Juli 2018

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa distribusi responden untuk pembeli terbanyak terdapat pada responden yang memiliki pekerjaan sebagai

PNS yaitu berjumlah 11 orang atau 30,56%. Responden terbanyak kedua, responden yang memiliki pekerjaan sebagai wirausaha/wiraswasta berjumlah 8 orang atau 22,22%. Kemudian responden yang memiliki pekerjaan sebagai ibu rumah tangga berjumlah 7 orang atau 19,44%. Selanjutnya Responden yang bekerja sebagai buruh berjumlah 6 orang atau 16,67%. Responden terkecil terdapat pada pelajar/mahasiswa berjumlah 4 orang atau 11,11% dari total responden.

d. Distribusi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Tabel 3.7
Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

No	Tingkat Pendidikan	Frekuensi	Persentase
1	SD	3	8,33%
2	SMP	6	16,67%
3	SMA	15	41,67%
4	Perguruan Tinggi	12	33,33%
Jumlah		36	100%

Sumber : Data Primer diolah pada tanggal 13 Juli 2018

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa distribusi responden untuk pembeli terbanyak terdapat pada responden yang memiliki tingkat pendidikan sampai SMA yaitu berjumlah 15 orang atau 41,67%. Responden terbanyak kedua, responden yang memiliki tingkat pendidikan sampai perguruan tinggi berjumlah 12 orang atau 33,33%. Selanjutnya responden yang memiliki tingkat pendidikan sampai SMP berjumlah 6 orang atau 16,67%. Responden terkecil terdapat pada tingkat pendidikan sampai SD berjumlah 3 orang atau 8,33% dari total responden.

2. Hasil Distribusi Jawaban Responden Pada Prinsip-prinsip Etika Bisnis

Islam Di Usaha The Gergaji Tangan

a. Prinsip Keadilan

Dalam Islam keadilan sebagai prinsip yang menunjukkan kejujuran, keseimbangan, kesederhanaan, dan keterusterangan yang merupakan nilai-nilai moral yang ditekankan dalam Al-Qur'an.

1) Dalam berdagang tidak pernah menawarkan barang dagangan dengan harga yang berbeda kepada semua pembeli.

Tabel 3.8
Jawaban Pembeli

Alternatif Jawaban	Pembeli	
	Frekuensi	Persentase (100%)
Selalu	8	22,22%
Sering	4	11,11%
Kadang-kadang	3	8,33%
Tidak Pernah	21	58,34%
Jumlah	36	100%

Sumber : Data Primer diolah pada tanggal 15 Juli 2018

Berdasarkan hasil tabel diatas dapat diketahui bahwa 8 atau 22,22% pembeli menjawab selalu, 4 atau 11,11% menjawab sering, 3 atau 8,33% menjawab kadang-kadang, dan 21 atau 58,34% menjawab tidak pernah.

- 2) Pada saat barang langka pedagang tidak hanya mengutamakan konsumen tetap tetapi konsumen barupun diperhatikan.

Tabel 3.9
Jawaban Pembeli

Alternatif Jawaban	Pembeli	
	Frekuensi	Persentase (100%)
Selalu	17	47,22%
Sering	13	36,11%
Kadang-kadang	4	11,11%
Tidak Pernah	2	5,56%
Jumlah	36	100

Sumber : Data Primer diolah pada tanggal 15 Juli 2018

Berdasarkan hasil tabel diatas dapat diketahui bahwa 17 atau 47,22% pembeli menjawab selalu, 13 atau 36,11% menjawab sering, 4 atau 11,11% menjawab kadang-kadang, dan 2 atau 5,56% menjawab tidak pernah.

Tabel dari hasil kuesioner keseluruhan yang ada dari pernyataan-pernyataan diatas sebagai berikut :

Tabel 3.10
Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Prinsip Keadilan

Alternatif Jawaban	Pembeli			
	Pernyataan		Jumlah	Persentase (%)
	1	2		
Selalu	8	17	25	34,72
Sering	4	13	17	23,61
Kadang-kadang	3	4	7	9,72
Tidak Pernah	21	2	23	31,94
N	36	36	72	100

Sumber : Data Primer diolah pada tanggal 13 Juli 2018

Pada prinsip keadilan alternatif jawaban yang peneliti bagikan kepada pembeli, jawaban selalu merupakan alternatif jawaban yang paling banyak yaitu 25 atau 34,72%, dan jawaban tidak pernah merupakan jawaban terbanyak kedua yaitu sebesar 23 atau 31,94%.

b. Prinsip Kebenaran: Kebajikan dan Kejujuran

Dalam konteks bisnis kebenaran dimasukkan sebagai niat, sikap dan perilaku benar yang meliputi proses akad (transaksi) proses mencari atau memperoleh komoditas pengembangan maupun dalam proses upaya meraih atau menetapkan keuntungan.

1) Barang yang dijual kepada pembeli sesuai dengan kondisinya tanpa melebih-lebihkan ataupun mengurangi

Tabel 3.11
Jawaban Pembeli

Alternatif Jawaban	Pembeli	
	Frekuensi	Persentase (100%)
Selalu	19	52,78
Sering	11	30,55
Kadang-kadang	4	11,11
Tidak Pernah	2	5,56
Jumlah	36	100

Sumber : Data Primer diolah pada tanggal 13 Juli 2018

Berdasarkan hasil tabel diatas dapat diketahui bahwa 19 atau 52,78% pembeli menjawab selalu, 11 atau 30,55% menjawab sering, 4 atau 11,11% menjawab kadang-kadang, dan 2 atau 5,56% menjawab tidak pernah.

2) Penjual dalam berdagang tidak pernah mengurangi (ukuran dan jumlah) barang yang telah dibeli/pesan konsumen

Tabel 3.12
Jawaban Pembeli

Alternatif Jawaban	Pembeli	
	Frekuensi	Persentase (100%)
Selalu	22	61,11
Sering	12	33,33
Kadang-kadang	2	5,56
Tidak Pernah	0	0
Jumlah	36	100

Sumber : Data Primer diolah pada tanggal 13 Juli 2018

Berdasarkan hasil tabel diatas dapat diketahui bahwa 22 atau 61,11% pembeli menjawab selalu, 12 atau 33,33% menjawab sering, 2 atau 5,56% menjawab kadang-kadang, dan 0 atau 0% menjawab tidak pernah.

Tabel dari hasil kuesioner keseluruhan yang ada dari pernyataan-pernyataan diatas sebagai berikut :

Tabel 3.13
Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Prinsip Kebenaran: Kebajikan dan Kejujuran

Alternatif Jawaban	Pembeli			
	Pernyataan		Jumlah	Persentase (100%)
	1	2		
Selalu	19	22	41	56,94
Sering	11	12	23	31,94
Kadang-kadang	4	2	6	8,33
Tidak Pernah	2	0	2	2,7
N	36	36	72	100

Sumber : Data Primer diolah pada tanggal 13 Juli 2018

Pada prinsip kebenaran alternatif jawaban yang penulis dapat dari para pembeli terbanyak pada alternatif jawaban selalu yaitu sebesar 41 atau 56,94%.

c. Prinsip Kehendak Bebas/Kebebasan

Kebebasan merupakan bagian penting dalam nilai etika bisnis Islam. Kehendak bebas berarti kemampuan bertindak pelaku bisnis tanpa paksaan dari luar, sesuai dengan parameter ciptaan Allah.

1) Penjual membiarkan pedagang lain menjual barang dagangan yang sama dan bersaing secara sehat.

Tabel 3.14
Jawaban Pembeli



Alternatif Jawaban	Pembeli	
	Frekuensi	Persentase (100%)
Selalu	25	69,44
Sering	9	25
Kadang-kadang	2	5,56
Tidak Pernah	0	0
Jumlah	36	100

Sumber : Data Primer diolah pada tanggal 13 Juli 2018

Berdasarkan hasil tabel diatas dapat diketahui bahwa 25 atau 69,44% pembeli menjawab selalu, 9 atau 25% menjawab sering, 2 atau 5,56% menjawab kadang-kadang, dan 0 atau 0% menjawab tidak pernah.

- 2) Penjual dalam berdagang tidak pernah memaksa pembeli untuk membeli barang dagangan yang dijual.

Tabel 3.15
Jawaban Pembeli

Alternatif Jawaban	Pembeli	
	Frekuensi	Persentase (100%)
Selalu	25	69,44
Sering	11	30,56
Kadang-kadang	0	0
Tidak Pernah	0	0
Jumlah	36	100

Sumber : Data Primer diolah pada tanggal 13 Juli 2018

Berdasarkan hasil tabel diatas dapat diketahui bahwa 25 atau 69,44% pembeli menjawab selalu, 9 atau 25% menjawab sering, 0 atau 0% menjawab kadang-kadang, dan 0 atau 0% menjawab tidak pernah.

Tabel dari hasil kuesioner keseluruhan yang ada dari pernyataan-pernyataan diatas sebagai berikut :

Tabel 3.16
Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Prinsip Kehendak Bebas

Alternatif Jawaban	Pembeli			
	Pernyataan		Jumlah	Persentase (%)
	1	2		
Selalu	25	25	50	69,44
Sering	9	11	20	27,78
Kadang-kadang	2	0	2	2,78
Tidak Pernah	0	0	0	0
N	36	36	72	100

Sumber : Data Primer diolah pada tanggal 13 Juli 2018

Pada prinsip kehendak bebas alternatif jawaban selalu merupakan jawaban yang paling banyak diberikan oleh pembeli yaitu sebesar 50 atau 69,44%.

d. Prinsip Tanggungjawab

Pertanggungjawaban berarti, bahwa manusia sebagai pelaku bisnis, mempunyai tanggungjawab moral kepada Tuhan atas perilaku bisnis.

1) Dalam berdagang jika ada keluhan dari pembeli, setiap keluhan selalu ditanggapi dengan baik oleh penjual/produsen.

Tabel 3.17
Jawaban Pembeli

Alternatif Jawaban	Pembeli	
	Frekuensi	Persentase (100%)
Selalu	23	63,89
Sering	9	25
Kadang-kadang	4	11,11
Tidak Pernah	0	0
Jumlah	36	100

Sumber : Data Primer diolah pada tanggal 13 Juli 2018

Berdasarkan hasil tabel diatas dapat diketahui bahwa 23 atau 63,89% pembeli menjawab selalu, 9 atau 25% menjawab sering, 4 atau 11,11% menjawab kadang-kadang, dan 0 atau 0% menjawab tidak pernah.

- 2) Dalam berdagang penjual selalu memenuhi barang pesanan pembeli sesuai kesepakatan.

Tabel 3.18
Jawaban Pembeli

Alternatif Jawaban	Pembeli	
	Frekuensi	Persentase (100%)
Selalu	24	66,67
Sering	10	27,78
Kadang-kadang	2	5,56%
Tidak Pernah	0	0
Jumlah	36	100

Sumber : Data Primer diolah pada tanggal 13 Juli 2018

Berdasarkan hasil tabel diatas dapat diketahui bahwa 25 atau 69,44% pembeli menjawab selalu, 9 atau 25% menjawab sering, 2 atau 5,56% menjawab kadang-kadang, dan 0 atau 0% menjawab tidak pernah.

Tabel dari hasil kuesioner keseluruhan yang ada dari pernyataan-pernyataan diatas sebagai berikut :

Tabel 3.19
Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Prinsip Tanggung Jawab

Alternatif Jawaban	Pembeli			
	Pernyataan		Jumlah	Persentase (%)
	1	2		
Selalu	23	24	47	65,28
Sering	9	10	19	26,39
Kadang-kadang	4	2	6	8,33
Tidak Pernah	0	0	0	0
N	36	36	72	100

Sumber : Data Primer diolah pada tanggal 13 Juli 2018

Pada prinsip tanggungjawab alternatif jawaban yang penulis dapat dari para pembeli terbanyak pada alternatif jawaban selalu yaitu sebesar 47 atau 65%.

e. Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (atau hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan.

1) Konsumen telah mendapatkan jasa yang sesuai dengan harapan.

Tabel 3.20
Jawaban Pembeli

Alternatif Jawaban	Pembeli	
	Frekuensi	Persentase (100%)
Sangat Setuju	23	63,89
Setuju	13	36,11
Tidak Setuju	0	0
Sangat Tidak Setuju	0	0
Jumlah	36	100%

Sumber : Data Primer diolah pada tanggal 13 Juli 2018

Berdasarkan hasil tabel diatas dapat diketahui bahwa 23 atau 63,89% pembeli menjawab sangat setuju, 13 atau 36,11% menjawab setuju, 0 atau 0% menjawab tidak setuju, dan 0 atau 0% menjawab sangat tidak setuju.

- 2) Pelayanan yang diberikan usaha The Gergaji Tangan telah sesuai dengan harapan konsumen.

Tabel 3.21
Jawaban Pembeli

Alternatif Jawaban	Pembeli	
	Frekuensi	Persentase (100%)
Sangat setuju	20	55,56
Setuju	14	38,89
Tidak Setuju	2	5,55
Sangat Tidak Setuju	0	0
Jumlah	36	100

Sumber : Data Primer diolah pada tanggal 13 Juli 2018

Berdasarkan hasil tabel diatas dapat diketahui bahwa 20 atau 55,56% pembeli menjawab sangat setuju, 14 atau 38,89% menjawab setuju, 2 atau 5,55% menjawab tidak setuju, dan 0 atau 0% menjawab sangat tidak setuju.

- 3) Barang/produk yang dihasilkan sesuai dengan harapan konsumen

Tabel 3.22
Jawaban Pembeli

Alternatif Jawaban	Pembeli	
	Frekuensi	Persentase (100%)
Sangat setuju	22	61,11
Setuju	13	36,11
Tidak Setuju	1	2,78
Sangat Tidak Setuju	0	0
Jumlah	36	100

Sumber : Data Primer diolah pada tanggal 13 Juli 2018

Berdasarkan hasil tabel diatas dapat diketahui bahwa 22 atau 61,11% pembeli menjawab sangat setuju, 13 atau 36,11% menjawab

setuju, 1 atau 2,78% menjawab tidak setuju, dan 0 atau 0% menjawab sangat tidak setuju.

4) Konsumen berminat melakukan pembelian ulang terhadap jasa yang telah diberikan usaha The Gergaji Tangan.

Tabel 3.23
Jawaban Pembeli

Alternatif Jawaban	Pembeli	
	Frekuensi	Persentase (100%)
Sangat setuju	19	52,78
Setuju	15	41,67
Tidak Setuju	2	5,55
Sangat Tidak Setuju	0	0
Jumlah	36	100

Sumber : Data Primer diolah pada tanggal 13 Juli 2018

Berdasarkan hasil tabel diatas dapat diketahui bahwa 19 atau 52,78% pembeli menjawab sangat setuju, 15 atau 41,67% menjawab setuju, 2 atau 5,55% menjawab tidak setuju, dan 0 atau 0% menjawab sangat tidak setuju.

5) Konsumen bersedia memberikan rekomendasi kepada oranglain.

Tabel 3.24
Jawaban Pembeli

Alternatif Jawaban	Pembeli	
	Frekuensi	Persentase (100%)
Sangat setuju	17	47,22
Setuju	19	52,78
Tidak Setuju	0	0
Sangat Tidak Setuju	0	0
Jumlah	36	100

Sumber : Data Primer diolah pada tanggal 13 Juli 2018

Berdasarkan hasil tabel diatas dapat diketahui bahwa 17 atau 47,22% pembeli menjawab sangat setuju, 19 atau 52,78% menjawab setuju, 0 atau 0% menjawab tidak setuju, dan 0 atau 0% menjawab sangat tidak setuju.

6) Konsumen puas terhadap jasa yang telah diberikan usaha The Gergaji Tangan.

Tabel 3.25
Jawaban Pembeli

Alternatif Jawaban	Pembeli	
	Frekuensi	Persentase (100%)
Sangat setuju	22	61,11
Setuju	12	33,33
Tidak Setuju	2	5,56
Sangat Tidak Setuju	0	0
Jumlah	36	100

Sumber : Data Primer diolah pada tanggal 13 Juli 2018

Berdasarkan hasil tabel diatas dapat diketahui bahwa 22 atau 61,11% pembeli menjawab sangat setuju, 12 atau 33,33% menjawab setuju, 2 atau 5,56% menjawab tidak setuju, dan 0 atau 0% menjawab sangat tidak setuju.

Tabel dari hasil kuesioner keseluruhan yang ada dari pernyataan-pernyataan diatas sebagai berikut :

Tabel 3.26
Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan
Kepuasan Konsumen

Alternatif Jawaban	Pembeli							
	Pernyataan						Jumlah	Persentase (%)
	1	2	3	4	5	6		
Sangat Setuju	23	20	22	19	17	22	123	56,94
Setuju	13	14	13	15	19	12	86	39,82
Tidak Setuju	0	2	1	2	0	2	7	3,24
Sangat Tidak Setuju	0	0	0	0	0	0	0	0
N	36	36	36	36	36	36	216	100

Sumber : Data Primer diolah pada tanggal 17 Juli 2018

Berdasarkan hasil kuesioner yang diperoleh dari para pembeli di usaha The Gergaji Tangan jika ditinjau dari kepuasan konsumen yang dijadikan tolak ukur, bahwasanya konsumen/pelanggan di usaha The Gergaji Tangan sudah merasa puas. Hal ini terlihat dari jawaban para pembeli yaitu dari ke enam pertanyaan konsumen menjawab sangat setuju sebanyak 123 atau 56,94% dan jawaban terbesar kedua pembeli yang menjawab setuju sebesar 86 atau 39,82% responden sedangkan yang menjawab tidak setuju hanya 7 atau 3,24% responden saja.

3. Hasil Wawancara Dan Observasi Dalam Bidang Produksi di Usaha The Gergaji Tangan.

Dari hasil observasi yang peneliti peroleh pada saat tahap produksi yaitu mengenai bagaimana langkah-langkah membuat barang-barang *furniture* yang dibutuhkan oleh konsumen. Langkah-langkahnya yaitu mulai dari tahap penghalusan, papan yang dihaluskan kemudian dipotong sesuai dengan kebutuhan barang yang akan dibuat, selanjutnya tahap perakitan dan masuk ketahap pengecatan baru tahap terakhir atau tahap *finishing*. pada tahap pengolahan bahan baku pembuatannya tidak membuat bising lingkungan sekitar, karena lokasi pembuatannya di belakang tidak di tempat terbuka.¹

Dari hasil wawancara yang dilakukan peneliti dengan Bapak Riki sebagai manajer produksi yaitu:

- a. Dalam memproduksi barang, sebelum memproduksi barang Bapak Riki meniatkan apa yang dibuatnya dapat bermanfaat dan menjadi berkah setiap hasil dari produk atau barang yang dihasilkannya.
- b. dalam pembuatannya bahan baku dan bahan campuran yang digunakan didapat dengan jelas dan halal di panglong kayu di campang yang memang khusus menjual bahan baku kayu.
- c. Bahan-bahan yang digunakan dalam proses produksi yang diperjual belikan, jumlah pembayarannya diketahui secara jelas menggunakan nota, oleh kedua belah pihak sehingga terhindar dari gharar. Adapun bahan baku

¹ Hasil Pengamatan langsung (*observasi*), Pada Tanggal, 3 Juli Sampai 30 juli 2018

yang biasa digunakan yaitu: kayu cempaka, mahoni, bayur, jati dan multi (kayu lapis).²

Dari hasil wawancara yang dilakukan peneliti dengan Bapak Lucky sebagai manajer pemasaran yaitu:

- a. Bahan baku yang digunakan dalam memproduksi tergantung dengan pemesanan konsumennya, ingin menggunakan bahan baku atau kayu jenis apa, tanpa adanya pemaksaan diantara kedua belah pihak.
- b. Bahan baku sisa produk atau limbah kayunya masih bisa digunakan sampai kepartikel yang paling kecil. Misalnya seperti membuat pajangan dinding yang unik. Dan juga limbah dari serbuk kayunya masih bisa bermanfaat, dengan diberikan kepada pedagang untuk pembakaran tahu dan diberikan secara cuma-cuma atau gratis.³

4. Hasil Wawancara Dalam Bidang Distribusi di Usaha The Gergaji Tangan

Dari beberapa hasil wawancara yang dilakukan peneliti dengan Bapak Riki, menjelaskan bahwa:

- a. Mereka tidak mendistribusikan barang-barang yang diharamkan dan dapat membahayakan konsumen.
- b. Dalam berdagang mereka memberikan informasi tentang barang. Seperti dalam menetapkan harga untuk sebuah barang atau produk yang mereka hasilkan harga disesuaikan dari ukuran, upmodel, bahan, dan tingkat kesulitannya. Misalnya seperti untuk bahan multi, itu kisaran harganya

²Riki, manajer produksi, (wawancara), Pada tanggal 3 Juli 2018.

³ Lucky, manajer pemasaran, (wawancara), Pada tanggal 3 Juli 2018.

2,7 juta, karena kayu multi yang digunakan dikategorikan mahal harganya. Namun jika lemari biasa yang menggunakan kayu mahoni atau cempaka, itu kisaran harga mulai dari 100 ribu sampai dengan 1,2 juta rupiah. Sedangkan seperti pajangan dinding kisaran harga mulai dari 100 ribu sampai dengan 250 ribu, tergantung juga dengan tingkat kesulitan desain barang yang diproduksi.

- c. Mereka juga memberikan penjelasan spesifikasi dan kegunaan barang/produk. Misalnya seperti kayu jenis apa yang digunakan, mengapa harus menggunakan kayu tersebut, seperti diluar ruangan (*outdoor*) dan di dalam ruangan bagus menggunakan kayu jenis seperti apa agar konsumen merasa puas dan tidak ada kerugian pada salah satu pihak.⁴

Dari hasil wawancara dengan rekannya bapak Lucky mengatakan bahwa:

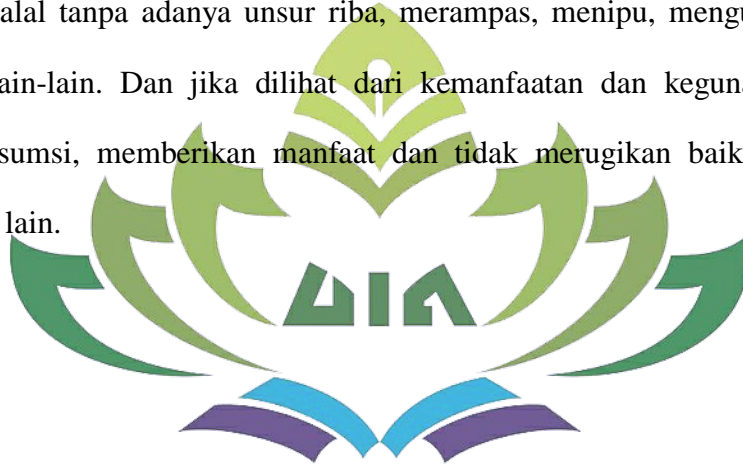
- a. mereka melayani pembuatan produk atau barang sesuai dengan permintaan pelanggan tanpa adanya pemaksaan dan harga dapat disesuaikan.
- b. Produk yang dijualpun biasanya dalam kondisi baik atau tidak cacat namun apabila ada kecacatan barang yang tidak disengaja pada saat pendistribusian atau barang yang dipesan tidak sesuai atau tidak

⁴ Riki, manajer produksi, (*wawancara*), Pada tanggal 3 Juli 2018.

memuaskan seperti yang dijelaskan maka barang akan dimaksimalkan kembali.⁵

d. Hasil Wawancara Dalam Bidang Konsumsi di Usaha The Gergaji Tangan

Dari hasil penelitian lapangan dari hasil wawancara bahwa etika konsumsi yang dilakukan oleh pemilik sekaligus pengelola usaha The Gergaji Tangan dalam proses, cara mendapatkannya tidak dilarang didapat dengan jelas dan halal tanpa adanya unsur riba, merampas, menipu, mengurangi timbangan dan lain-lain. Dan jika dilihat dari kemanfaatan dan kegunaan barang yang dikonsumsi, memberikan manfaat dan tidak merugikan baik dirinya maupun orang lain.



⁵ Lucky, Manager Pemasaran, (*wawancara*), Pada tanggal 3 Juli 2018.

BAB IV

ANALISIS DATA

A. Penerapan Etika Bisnis Yang Berwawasan Lingkungan terhadap kepuasan konsumen Ditinjau Dari Prinsip-prinsip Etika Bisnis Islam.

Bisnis adalah kegiatan mencari keuntungan dari aktivitas pertukaran barang, jasa atau uang yang dapat memberikan manfaat. Pembeli mendapatkan manfaat produk atau jasa penjualan, sedangkan penjual mendapatkan keuntungan finansial. Untuk meraih kesuksesan dalam berbisnis kita hendaknya memperhatikan aturan berbisnis dan melakukan strategi dalam berbisnis dengan benar. Maka dari itu Islam juga mengatur pedoman dalam berbisnis agar kita dalam berbisnis mendapatkan keuntungan sekaligus keberkahan.

Islam adalah agama yang paling sempurna, Islam mengatur segala urusan dunia. Termasuk dalam berbisnis. Islam memberi rambu-rambu sebagai etika atau pedoman dalam menjalankan bisnis agar bisnis yang kita jalankan bisa lebih mudah meraih kesuksesan dunia dan akhirat. Karena aktualnya banyak godaan dalam kegiatan bisnis, godaan dalam berbisnis biasanya datang untuk tujuan menjadikan bisnis lebih menguntungkan dengan cara-cara yang tidak sehat dengan mementingkan keuntungan pribadi dan mengabaikan lingkungan sosialnya yang mengakibatkan kerugian bagi orang lain. Oleh sebab itu terdapat banyak ancaman keras bagi mereka yang tidak memperdulikan etika dalam berbisnis. Maka sangat penting bagi para pelaku bisnis untuk mengetahui prinsip-prinsip etika bisnis Islam agar dapat mengimplementasikannya dalam menjalankan usahanya.

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan di The Gergaji Tangan, Kelurahan Rajabasa Nunyai Kecamatan Raja Basa, Bandar Lampung, penulis akan menganalisis penerapan etika bisnis yang berwawasan lingkungan terhadap kepuasan konsumen ditinjau dari prinsip-prinsip etika bisnis Islam.

1. Prinsip Keadilan

Dalam Islam keadilan sebagai prinsip yang menunjukkan kejujuran, keseimbangan, kesederhanaan, dan keterusterangan yang merupakan nilai-nilai moral yang ditekankan dalam Al-Qur'an.

Tabel dari hasil kuesioner keseluruhan yang ada dari pernyataan-pernyataan berdasarkan pada prinsip keadilan sebagai berikut :

Tabel 4.1
Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Prinsip Keadilan

Alternatif Jawaban	Pembeli			
	Pernyataan		Jumlah	Persentase (%)
	1	2		
Selalu	8	17	25	34,72
Sering	4	13	17	23,61
Kadang-kadang	3	4	7	9,72
Tidak Pernah	21	2	23	31,94
N	36	36	72	100

Sumber : Data Primer diolah pada tanggal 13 Juli 2018

Pada prinsip keadilan alternatif jawaban yang peneliti bagikan kepada pembeli, jawaban selalu merupakan alternatif jawaban yang paling banyak yaitu 25 atau 34,72%, dan jawaban tidak pernah merupakan jawaban terbanyak kedua yaitu sebesar 23 atau 31,94%. Hal ini menggambarkan bahwa penerapan etika bisnis Islam dalam transaksi penjualan jika ditinjau

dari prinsip-prinsip etika bisnis Islam jika dilihat dari segi jawaban pembeli cukup baik artinya, pedagang dalam melakukan transaksi penjualan dalam memperlakukan pembelinya sudah cukup adil seperti pada saat barang langka penjual tidak hanya mengutamakan konsumen tetap tetapi konsumen barupun diperhatikan, namun dalam berdagang penjual masih menawarkan barang dagangan dengan harga yang berbeda kepada pembeli, sedangkan prinsip keadilan menuntut setiap manusia diperlakukan secara sama sesuai dengan acuan yang adil dan sesuai dengan kriteria yang rasional, objektif, dan dapat dipertanggungjawabkan. Dalam beraktivitas di dunia kerja maupun di dunia bisnis, Islam mengharuskan untuk berbuat adil tidak terkecuali pada pihak yang tidak disukai. Hal ini sesuai dengan firman Allah dalam surah Al-Maidah ayat 8 :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا كُونُوا قَوَّامِينَ لِلَّهِ شُهَدَاءَ بِالْقِسْطِ ۚ وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَاٰنُ قَوْمٍ عَلَىٰ ءَلَّا تَعْدِلُوا ۚ أَعْدِلُوا هُوَ أَقْرَبُ لِلتَّقْوَىٰ ۖ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۚ إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ



Artinya: “Hai orang-orang yang beriman hendaklah kamu Jadi orang-orang yang selalu menegakkan (kebenaran) karena Allah, menjadi saksi dengan adil. dan janganlah sekali-kali kebencianmu terhadap sesuatu kaum, mendorong kamu untuk Berlaku tidak adil. Berlaku adillah, karena adil itu lebih dekat kepada takwa. dan bertakwalah kepada Allah, Sesungguhnya Allah Maha mengetahui apa yang kamu kerjakan.”¹

¹ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya* (Bandung: PT Sygma Examedia Arkanleema, 2014), h. 108

Berdasarkan ayat di atas maka dapat dijelaskan bahwa Allah SWT memerintahkan kepada orang-orang yang mukmin agar dapat melaksanakan amal dan pekerjaan mereka dengan cermat jujur dan ikhlas karena Allah, baik pekerjaan yang bertalian dengan urusan agama maupun pekerjaan yang bertalian dengan urusan duniawi. Karena hanya dengan demikianlah mereka bisa sukses dan memperoleh hasil atau balasan yang mereka inginkan dan harapkan. Dalam penyaksian, mereka harus adil menerangkan apa yang sebenarnya tanpa memandang siapa orangnya, sekalipun akan menguntungkan lawan dan merugikan sahabat dan kerabatnya.²

Dari kedua pernyataan diatas berdasarkan prinsip keadilan yang sudah diterapkan dengan baik adalah pada saat terjadi barang langka pedagang tidak hanya mengutamakan pelanggan saja tetapi pembeli barupun diperhatikan, hal ini terbukti dari jawaban yang diberikan pembeli sebesar 17 atau 47% pembeli menjawab selalu, dan 13 atau 36% pembeli menjawab sering. Sedangkan tidak pernah menawarkan barang dagangan dengan harga yang berbeda kepada semua pembeli belum diterapkan dengan baik oleh para pedagang, hal ini terlihat dari banyaknya alternatif jawaban tidak pernah yang diberikan pembeli sebesar 21 atau 58%.

2. Prinsip Kebenaran: Kebajikan dan Kejujuran

Dalam konteks bisnis kebenaran dimaksudkan sebagai niat, sikap dan perilaku benar yang meliputi proses akad (transaksi) proses mencari atau

² Quraish Shihab, Tafsir Al-Mishbah: pesan kesan dan keserasian Al-Qur'an, Volume III (Jakarta: Lentera Hati, 2005) h.41

memperoleh komoditas pengembangan maupun dalam proses upaya meraih atau menetapkan keuntungan. Dengan prinsip kebenaran ini maka etika bisnis Islami Islam sangat menjaga dan berlaku preventif terhadap kemungkinan adanya kerugian salah satu pihak yang melakukan transaksi, kerjasama atau perjanjian dalam bisnis.

Tabel dari hasil kuesioner keseluruhan yang ada dari pernyataan-pernyataan berdasarkan pada prinsip kebenaran sebagai berikut :

Tabel 4.2
Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan
Prinsip Kebenaran: Kebajikan dan Kejujuran

Alternatif Jawaban	Pembeli			
	Pernyataan		Jumlah	Persentase (100%)
	1	2		
Selalu	19	22	41	56,94
Sering	11	12	23	31,94
Kadang-kadang	4	2	6	8,33
Tidak Pernah	2	0	2	2,7
N	36	36	72	100

Sumber : Data Primer diolah pada tanggal 13 Juli 2018

Pada prinsip kebenaran alternatif jawaban yang penulis dapat dari para pembeli terbanyak pada alternatif jawaban selalu yaitu sebesar 41 atau 56,94%. Hal ini menunjukkan bahwa penerapan prinsip kebenaran pada transaksi jual beli di usaha The Gergaji Tangan Kecamatan Rajabasa Kota Bandar jika dilihat dari hasil kuesioner yang penulis dapat dari para pembeli sudah cukup bagus artinya, pedagang dalam melakukan transaksi jual beli sudah menerapkan prinsip kebenaran dalam berjualan atau berdagang. Dalam Al-Quran prinsip kebenaran yang mengandung kebajikan dan

kejujuran dapat diambil dari penegasan keharusan menunaikan atau memenuhi perjanjian atau transaksi bisnis. Kebajikan dalam bisnis ditunjukkan dengan sikap kerelaan dan keramahan dalam bermuamalah, sedangkan kejujuran ditunjukkan dengan sikap jujur dalam semua proses bisnis yang dilakukan tanpa adanya penipuan sedikitpun. Dari sikap kebenaran, kebajikan dan kejujuran maka suatu bisnis secara otomatis akan melahirkan persaudaraan, dan kemitraan yang saling menguntungkan tanpa adanya kerugian dan penyesalan dari salah satu pihak yang melakukan transaksi bisnis. Sebagaimana firman Allah dalam QS.Al-Hajj ayat 77 yang berbunyi:

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا اٰزْكُرُوْا وَاَسْجُدُوْا وَاَعْبُدُوْا رَبَّكُمۡ وَاَفْعَلُوْا الْخَيْرَ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُوْنَ ﴿٧٧﴾

Artinya: *"Hai orang-orang yang beriman, ruku'lah kamu, sujudlah kamu, sembahlah Tuhanmu dan perbuatlah kebajikan, supaya kamu mendapat kemenangan."*³

Berdasarkan ayat di atas maka dapat dijelaskan bahwa Allah SWT memerintahkan kepada orang-orang yang beriman agar: mengerjakan shalat pada waktu yang telah ditentukan, lengkap dengan syarat-syarat dan rukun-rukunnya. Dan juga mengerjakan perbuatan-perbuatan yang baik, seperti memperkuat hubungan silaturahmi, berbudi pekerti yang baik, hormat

³ Departemen Agama RI, Op. Cit. h.341

menghormati, kasih-mengasihi sesama manusia. Termasuk melaksanakan perintah Allah.⁴

Dari kedua pernyataan diatas berdasarkan prinsip kebenaran sudah diterapkan dengan cukup bagus oleh penjual. Seperti dalam berdagang barang yang dijual kepada pembeli sesuai dengan kondisinya tanpa melebih-lebihkan ataupun mengurangi, hal ini terlihat dari hasil jawaban yang diberikan kepada pembeli yaitu sebesar 19 atau 52,78% pembeli menjawab selalu, dan 11 atau 30,55% pembeli menjawab sering. Ini berarti selalu mengatakan apa adanya tanpa menutup-nutupi mengenai kualitas dari produk yang dijualnya serta mengedepankan kebenaran informasi dari produk tersebut. Jika produk tersebut baik pedagang harus mengatakan baik, dan jika produk tersebut buruk pedagang harus mengatakan buruk. Sedangkan Penjual dalam berdagang tidak pernah mengurangi (ukuran dan jumlah) barang yang telah dibeli/pesan konsumen sudah diterapkan dengan baik oleh para pedagang, hal ini terlihat dari banyaknya alternatif jawaban selalu yang diberikan pembeli sebesar 22 atau 61,11% dan 12 atau 33,33% yang menjawab sering. Ini artinya pedagang sudah menerapkan kejujuran dalam hal takaran maupun ukuran mutlak harus ada.

⁴ Quraish Shihab, Tafsir Al-Mishbah: pesan kesan dan keserasian Al-Qur'an, Volume IX (Jakarta: Lentera Hati, 2005) h.131-132

3. Prinsip Kehendak Bebas/Kebebasan

Kebebasan merupakan bagian penting dalam nilai etika bisnis Islam. Kehendak bebas berarti kemampuan bertindak pelaku bisnis tanpa paksaan dari luar, sesuai dengan parameter ciptaan Allah.

Tabel dari hasil kuesioner keseluruhan yang ada dari pernyataan pernyataan berdasarkan pada prinsip kehendak bebas sebagai berikut :

Tabel 4.3
Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan
Prinsip Kehendak Bebas

Alternatif Jawaban	Pembeli			
	Pernyataan		Jumlah	Persentase (%)
	1	2		
Selalu	25	25	50	69,44
Sering	9	11	20	27,78
Kadang-kadang	2	0	2	2,78
Tidak Pernah	0	0	0	0
N	36	36	72	100

Sumber : Data Primer diolah pada tanggal 13 Juli 2018

Pada prinsip kehendak bebas alternatif jawaban selalu merupakan jawaban yang paling banyak diberikan oleh pembeli yaitu sebesar 50 atau 69,44%. Dari kedua pernyataan diatas dapat diketahui bahwa membiarkan pedagang lain menjual barang dagangan yang sama dan bersaing secara sehat sudah diterapkan dengan baik di The Gergaji Tangan, hal ini terlihat dari jumlah jawaban pembeli yang menjawab kadang-kadang hanya sebesar 2 atau 5.56 %. Sedangkan tidak pernah memaksa pembeli untuk membeli barang dagangan yang dijual juga sudah diterapkan dengan baik oleh para

pedagang, hal ini terlihat dari jumlah jawaban pembeli yaitu sebesar 25 atau 69,44% pembeli menjawab selalu dan 11 atau 30,56 % menjawab sering.

Hal ini menunjukkan bahwa penerapan etika bisnis Islam apabila ditinjau dari prinsip kehendak bebas dapat dikatakan sudah baik karena penjual membiarkan pedagang lain menjual barang dagangan yang sama dan bersaing secara sehat, dan juga penjual dalam berdagang tidak pernah memaksa pembeli untuk membeli barang dagangan yang dijual. Sehingga kebebasan itu tidak merugikan kepentingan kolektif, dan kepentingan individu dibuka lebar. Tidak adanya batasan atas pendapatan bagi seseorang mendorong manusia untuk aktif berkarya dan bekerja dengan segala potensi yang dimilikinya, sampai pada tingkat tertentu, manusia dianugerahi kehendak bebas untuk memberi arahan dan membimbing kehidupannya sendiri sebagai khalifah di muka bumi. (QS. Al-Baqarah,2:30).

وَإِذْ قَالَ رَبُّكَ لِلْمَلٰٓئِكَةِ اِنِّیْ جَاعِلٌ فِی الْاَرْضِ خَلِیْفَةًۭ ۚ قَالُوْۤا اَجْعَلْ فِیْهَا مَنْ یُّفْسِدُ فِیْهَا
وَيَسْفِكُ الدِّمَآءَ وَحَنَۢنٌۭ نُّسَبِّحُ بِحَمْدِكَ وَنُقَدِّسُ لَكَ ۗ قَالَ اِنِّیْۤ اَعْلَمُ مَا لَا تَعْلَمُوْنَ ۝ۚ

Artinya: “ingatlah ketika Tuhanmu berfirman kepada Para Malaikat: "Sesungguhnya aku hendak menjadikan seorang khalifah di muka bumi." mereka berkata: “Mengapa Engkau hendak menjadikan (khalifah) di bumi itu orang yang akan membuat kerusakan padanya dan menumpahkan darah, Padahal Kami Senantiasa bertasbih dengan memuji Engkau dan mensucikan Engkau?” Tuhan berfirman: "Sesungguhnya aku mengetahui apa yang tidak kamu ketahui.”⁵

⁵ Departemen Agama RI, Op. Cit. h.6

Berdasarkan ayat diatas maka ayat ini sebagai dalil wajibnya mengangkat khalifah untuk memutuskan perkara di tangan umat manusia dalam perkara yang mereka sengketakan, memutuskan perkara yang mereka perebutkan, juga menolong orang yang teraniaya dari orang yang menzhaliminya, menegakkan hukum, mencegah berbagai perbuatan keji, dan perkara-perkara penting lainnya yang tidak mungkin ditegakkan kecuali dengan adanya iman (pemimpin).⁶

Berdasarkan prinsip bebas ini, manusia memiliki kebebasan untuk membuat suatu perjanjian termasuk menepati janji atau mengingkarinya. Tentu saja seorang muslim yang percaya kepada kehendak Allah akan memuliakan semua janji yang dibuatnya..

4. Prinsip Tanggungjawab

Pertanggungjawaban berarti, bahwa manusia sebagai pelaku bisnis, mempunyai tanggungjawab moral kepada Tuhan atas prilaku bisnis.

Tabel dari hasil kuesioner keseluruhan yang ada dari pernyataan-pernyataan berdasarkan pada prinsip tanggungjawab sebagai berikut :

⁶ Syaikh Shafiyyur al-Mubarak, *Tafsir Ibnu Katsir* (Jakarta: Pustaka Ibnu Katsir ,2006), h.

Tabel 4.4
Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan
Prinsip Tanggung Jawab

Alternatif Jawaban	Pembeli			
	Pernyataan		Jumlah	Persentase (%)
	1	2		
Selalu	23	24	47	65,28
Sering	9	10	19	26,39
Kadang-kadang	4	2	6	8,33
Tidak Pernah	0	0	0	0
N	36	36	72	100

Sumber : Data Primer diolah pada tanggal 13 Juli 2018

Pada prinsip tanggungjawab alternatif jawaban yang penulis dapat dari para pembeli terbanyak pada alternatif jawaban selalu yaitu sebesar 47 atau 65%. Hal ini menunjukkan bahwa penerapan prinsip tanggungjawab pada transaksi penjualan di usaha the gergaji tangan sudah baik. Dalam dunia bisnis, pertanggungjawaban dilakukan kepada dua sisi yakni sisi vertikal (kepada Allah) dan sisi horizontalnya kepada masyarakat. Seorang muslim harus meyakini bahwa Allah selalu mengamati prilakunya dan akan mempertanggungjawabkan semua tingkah lakunya kepada Allah dihari akhirat nanti. Sisi horizontalnya kepada masyarakat atau para konsumen.

Untuk memenuhi keadilan, kebenaran, dan kehendak bebas maka perlu adanya pertanggungjawaban dalam tindakannya. Secara logis aksioma Pertanggungjawaban sangat berkaitan erat dengan aksioma kehendak bebas. Kebebasan apapun yang terjadi tanpa batasa, pasti menuntut adanya pertanggungjawaban dan akuntabilitas. Allah menetapkan batasan mengenai

apa yang bebas dilakukan manusia dengan bertanggungjawab atas semua yang dilakukannya. Sebagaimana dalam Al-Qur'an disebutkan dalam QS. Al-Muddassir ayat 38:

كُلُّ نَفْسٍ بِمَا كَسَبَتْ رَهِيْنَةٌ ﴿٣٨﴾

Artinya: *"tiap-tiap diri bertanggung jawab atas apa yang telah diperbuatnya."*⁷

Dalam ayat ini Allah menegaskan bahwa setiap jiwa manusia terdai di sisi Allah. Baik yang muslim maupun yang kafir, yang ingkar ataupun yang taat, semuanya tergantung kepada Allah. Tiap jiwa terikat dengan amal yang dikerjakan sampai hari kiamat.⁸

Dari kedua pernyataan diatas dapat diketahui bahwa jika ada keluhan dari pembeli setiap keluhan selalu ditanggapi dengan baik dan sudah dijalankan dengan baik oleh penjual, hal ini terlihat dari alternatif jawaban yang diberikan pembeli hanya sebesar 4 atau 11,11 % pembeli yang menjawab kadang-kadang. Sedangkan selalu memenuhi pesanan pembeli sesuai kesepakatan belum diterapkan dengan baik oleh para pedagang di Pasar Betung Kecamatan Sekincau Kabupataen Lampung Barat, hal ini terlihat dari alternatif jawaban yang diberikan pembeli 2 atau 5,56% menjawab kadang-kadang.

⁷ Departemen Agama RI, Op. Cit, h. 576

⁸ Kementerian Agama RI, Al-Qur'an dan Tafsirnya, Edisi Yang disempurnakan Lajnah Pentashihan Mushab Al-Qur'an, Jilid X (Jakarta: Lentera Abadi, 2010),h. 431

Berdasarkan hasil kuesioner yang diperoleh dari para pembeli di usaha The Gergaji Tangan jika ditinjau dari ke-empat prinsip-prinsip etika bisnis Islam yang dijadikan tolak ukur, penerapan etika bisnis Islam di usaha The Gergaji Tangan sudah diterapkan dengan baik oleh pedagang namun pada prinsip keadilan masih belum diterapkan dengan baik sepenuhnya oleh pedagang di usaha The Gergaji Tangan. Hal ini terlihat dari jawaban para pembeli yaitu tidak pernah menawarkan barang dagangan dengan harga yang berbeda kepada semua pembeli belum diterapkan dengan baik oleh para pedagang, hal ini terlihat dari banyaknya alternatif jawaban tidak pernah yang diberikan pembeli sebesar 21 atau 58%.

Hal ini menggambarkan bahwa penerapan etika bisnis Islam dalam transaksi penjualan jika ditinjau dari prinsip keadilan jika dilihat dari segi jawaban pembeli masih kurang baik artinya, pedagang dalam melakukan transaksi penjualan dalam memperlakukan pembelinya tidaklah adil sedangkan prinsip keadilan menuntut setiap manusia diperlakukan secara sama sesuai dengan acuan yang adil dan sesuai dengan kriteria yang rasional, objektif, dan dapat dipertanggungjawabkan. Dalam beraktivitas di dunia kerja maupun di dunia bisnis, Islam mengharuskan untuk berbuat adil tidak terkecuali pada pihak yang tidak disukai.

5. Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (atau hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan. Jika kinerja berada di bawah harapan, pelanggan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, pelanggan puas. Jika kinerja melebihi harapan, pelanggan amat puas atau senang.

Tabel dari hasil kuesioner keseluruhan yang ada dari pernyataan-pernyataan kepuasan konsumen sebagai berikut :

Tabel 4.5
Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan
Kepuasan Konsumen

Alternatif Jawaban	Pembeli						Jumlah	Persentase (%)
	Pernyataan							
	1	2	3	4	5	6		
Sangat Setuju	23	20	22	19	17	22	123	56,94
Setuju	13	14	13	15	19	12	86	39,82
Tidak Setuju	0	2	1	2	0	2	7	3,24
Sangat Tidak Setuju	0	0	0	0	0	0	0	0
N	36	36	36	36	36	36	216	100

Sumber : Data Primer diolah pada tanggal 17 Juli 2018

Berdasarkan hasil kuesioner yang diperoleh dari para pembeli di usaha The Gergaji Tangan jika ditinjau dari kepuasan konsumen yang dijadikan tolak ukur, bahwasanya konsumen/pelanggan di usaha The Gergaji Tangan sudah merasa puas. Hal ini terlihat dari jawaban para pembeli yaitu dari ke enam pertanyaan konsumen menjawab sangat setuju sebanyak 123 atau 56,94% dan jawaban terbesar kedua pembeli yang menjawab setuju

sebesar 86 atau 39,82% responden sedangkan yang menjawab tidak setuju hanya 7 atau 3,24% responden saja. Ini menunjukkan bahwa konsumen merasa puas atas jasa yang ditawarkan karena sesuai dengan harapan para konsumen, dan juga hasil produk/barang dan kinerja pelayanannya sudah baik diterapkan oleh penjual, karena sudah sesuai dengan harapan konsumen. Dan dapat dilihat pada pernyataan ke-empat bahwa konsumen berminat melakukan pembelian ulang terhadap jasa yang telah diberikan usaha the gergaji tangan.



Dalam perspektif ekonomi Islam, kepuasan seorang muslim disebut dengan qona'ah. Kepuasan dalam Islam (qona'ah) merupakan cerminan kepuasan seseorang baik secara lahiriah maupun batiniah. Kepuasan dalam Islam berkaitan dengan keimanan yang melahirkan rasa syukur. Kepuasan menurut Islam harus mempertimbangkan beberapa hal berikut:

- 1) Barang atau jasa yang dikonsumsi harus halal.
- 2) Dalam mengonsumsi barang atau jasa tidak berlebih-lebihan.
- 3) Tidak mengandung riba.

Konsumsi dalam perspektif Islam mestinya menjadikan al-quran dan sunnah sebagai pedoman. Dimana konsep masalah yang merupakan tujuan dari dinul Islam selanjutnya menjadi tujuan perilaku konsumsi tersebut dalam mencapai kepuasan. Seorang muslim tidak akan selalu harus menghabiskan semua pendapatan yang dimiliki, karena dalam perspektif

Islam adanya larangan pemborosan (irsof), larangan mengkonsumsi barang yang haram, dan larangan memakan riba.

Berdasarkan hal diatas pengelola usaha The Gergaji Tangan dalam berdagang sudah sesuai dengan kepuasan dalam perspektif Islam yaitu dengan memperhatikan kebaikan (kehalalan) tanpa menggunakan harta, barang atau jasa yang dilarang. Karena cara mendapatkannya tidak dilarang didapat dengan jelas dan halal tanpa adanya unsur riba, merampas, menipu, mengurangi timbangan. Dan jika dilihat dari kemanfaatan dan kegunaan barang yang dikonsumsi, memberikan manfaat tidak berlebih-lebihan dan tidak merugikan baik dirinya maupun konsumen. Sebagaimana dalam surah An-Nisaa Ayat 36:

وَأَعْبُدُوا اللَّهَ وَلَا تُشْرِكُوا بِهِ شَيْئًا ۚ وَبِالْوَالِدَيْنِ إِحْسَنًا وَبِذِي الْقُرْبَىٰ وَالْيَتَامَىٰ
وَالْمَسْكِينِ وَالْجَارِ ذِي الْقُرْبَىٰ وَالْجَارِ الْجُنُبِ وَالصَّاحِبِ بِالْجَنبِ وَابْنِ السَّبِيلِ وَمَا
مَلَكَتْ أَيْمَانُكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ مَن كَانَ مُخْتَالًا فَخُورًا ﴿٣٦﴾

Artinya: “sembahlah Allah dan janganlah kamu mempersekutukan-Nya dengan sesuatupun. dan berbuat baiklah kepada dua orang ibu-bapa, karib-kerabat, anak-anak yatim, orang-orang miskin, tetangga yang dekat dan tetangga yang jauh[294], dan teman sejawat, Ibnu sabil[295] dan hamba sahayamu. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang sombong dan membangga-banggakan diri”.⁹

Berdasarkan ayat diatas maka dapat dijelaskan tentang kewajiban seseorang kepada Allah dan kewajiban terhadap sesama manusia.

⁹ Departemen Agama RI, Op. Cit. h.84

Kewajiban kepada Allah ialah mengabdikan dan menyembah kepada Allah dinamakan ibadah. Beribadah dengan penuh keikhlasan hati, mengakui kekuasaan Nya dan tidak mempersekutukan Nya dengan sesuatu. Dan ayat diatas menjelaskan hubungan manusia yang satu dengan yang lainnya saling membutuhkan, sudah seharusnya manusia bisa menjalin hubungan yang sebaik-baiknya.¹⁰

B. Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Bidang Produksi, Distribusi, Dan Konsumsi diusaha The Gerjaji Tangan.

Dalam bisnis, aktivitas produksi, distribusi, dan konsumsi merupakan suatu rangkaian kegiatan yang tidak bisa dipisahkan, karena ketiganya saling mempengaruhi.

1. Etika Dalam Bidang Produksi

Produksi merupakan suatu rangkaian kegiatan yang secara langsung maupun tidak langsung akan mempertinggi nilai guna suatu barang untuk memenuhi kebutuhan hidup manusia, dengan motif yang berbeda-beda. Kegiatan distribusi maupun konsumsi tidak mungkin dilakukan jika tidak ada produksi. Bagi Islam memproduksi sesuatu barang bukanlah sekedar untuk dikonsumsi sendiri atau dijual kepasar. Namun dalam Islam kegiatan produksi pada hakekatnya adalah ibadah. Jadi, dalam memproduksi tidak hanya mementingkan kepentingan pribadi saja namun juga memberikan kemaslahatan bagi masyarakat

¹⁰Quraish Shihab, Tafsir Al-Mishba: pesan kesan dan keserasian Al-Qur'an, Volume II (Jakarta: Lentera Hati, 2005), h.435

dengan tidak mengabaikan kepentingan soaialnya. Sesuai dengan teori tentang bagaimana etika berproduksi dalam Islam, pandangan Islam tentang produksi bertentangan dengan produksi konvensional yang mengutamakan *self Interest*. Dalam Islam kegiatan produksi pada hakekatnya adalah ibadah. Sehingga tujuan dan prinsipnya harus dalam kerangka ibadah.

Dalam penerapan etika bisnis yang diterapkan oleh Bapak Lucky dan Bapak Riki pada usaha The Gergaji Tangan yang mereka miliki tertanam setiap langkah-langkah membuat barang-barang *furniture* yang dibutuhkan oleh konsumen. Langkah-langkahnya yaitu mulai dari tahap penghalusan, papan yang dihaluskan kemudian dipotong sesuai dengan kebutuhan barang yang akan dibuat, selanjutnya tahap perakitan dan masuk ketahap pengecatan baru tahap terakhir atau tahap *finishing*.

Dari hasil wawancara yang dilakukan peneliti dengan informan Bapak Riki. Sebelum memproduksi barang, Bapak Riki meniatkan apa yang dibuatnya dapat bermanfaat dan menjadi berkah setiap hasil dari produk atau barang yang dihasilkannya. Dan dalam pembuatannya bahan baku dan bahan campuran yang digunakan didapat dengan jelas dan halal di panglong kayu yang memang khusus menjual bahan baku kayu. Barang atau bahan baku yang diperjual belikan (baik berupa barang jualan atau harga/uang) merupakan barang yang suci dan juga bermanfaat, bukan barang yang najis atau barang yang haram, karena barang yang secara dzatnya haram dilarang untuk diperjual belikan maka bahan yang didapat dapat dipercaya kehalalannya. Dan juga bahan-bahan yang digunakan dalam

proses produksi yang diperjual belikan ini, jumlah pembayarannya diketahui secara jelas menggunakan nota, oleh kedua belah pihak sehingga terhindar dari gharar. Adapun bahan baku yang biasa digunakan yaitu: kayu cempaka, mahoni, bayur, jati dan multi (kayu lapis).¹¹

Dari wawancara tak terstruktur yang peneliti lakukan, kepada Bapak Lucky menjelaskan bahwa bahan baku yang digunakan tergantung dengan pemesanan konsumennya, ingin menggunakan bahan baku atau kayu jenis apa, tanpa adanya pemaksaan diantara kedua belah pihak. Bapak lucky juga mengatakan bahwa bahan baku sisa produk atau limbah kayunya masih bisa digunakan sampai kepartikel yang paling kecil. Misalnya seperti membuat pajangan dinding yang unik. Dan juga limbah dari serbuk kayunya masih bisa bermanfaat, dengan diberikan kepada pedagang untuk pembakaran tahu dan diberikan secara cuma-cuma atau gratis.¹² Dan berdasarkan hasil observasi juga yang diperoleh penulis di Usaha The Gergaji Tangan pada tahap pengolahan bahan baku pembuatannya tidak membuat bising lingkungan sekitar, karena lokasi pembuatannya di belakang tidak di tempat terbuka.¹³

2. Etika Dalam Bidang Distribusi

Islam memiliki etika distribusi sebagai bagian yang tidak bisa terpisahkan dari etika komperhensif Islam. Distribusi yang dimaksud di sini adalah kegiatan membawa barang dan jasa kepada konsumen. Islam tetap memberikan rambu-rambu sesuai syariat Islam yang komprehensif Islam tidak membiarkan kegiatan

¹¹ Riki, Pengelola, (*wawancara*), Pada tanggal 3 Juli 2018.

¹² Lucky, manajer pemasaran, (*wawancara*), Pada tanggal 3 Juli 2018.

¹³ Hasil Pengamatan langsung (*observasi*), Pada Tanggal, 3 Juli Sampai 30 juli 2018.

distribusi ini bebas nilai. Adapun etika distribusi yang dilakukan pengelola usaha

The Gergaji Tangan yang sesuai dengan yang dianjurkan Islam antara lain:

- a. Selalu menghiasi amal dengan niat ibadah dan ikhlas
- b. Memberikan informasi tentang barang secara jujur dan transparan, apa adanya, tidak menggoda, dan menjerumuskan pembeli.
- c. Tidak mendistribusikan barang-barang yang membahayakan dan yang diharamkan.
- d. Melakukan metode distribusi yang bersifar jujur, memegang amanah, dan berdakwah.
- e. Tidak melakukan kegiatan yang memakan harta secara batil.
- f. Tidak melakukan tindakan yang berbau riba dan kezaliman lainnya.
- g. Tidak mengurangi ukuran, standar, kualitas, timbangan secara curang.
- h. Harus tetap menjaga sikap adil dalam segala bentuk.
- i. Menjelaskan spesifikasi, kegunaan barang secara jujur, terus terang dan transparan.
- j. Membebaskan konsumen memilih sesuai keinginannya, tidak melakukan paksaan, dan memberikan kesempatan kepada konsumen untuk mengembalikan barangnya jika salah beli, tidak sesuai, dan tidak memuaskannya sesuai yang dijelaskan.

Dianalisis dari hasil penelitian lapangan dari hasil wawancara bahwa etika distribusi yang dilakukan oleh pengelola usaha The Gergaji Tangan sudah sesuai dengan etika islam. Dari beberapa hasil wawancara bapak Riki

menjelaskan bahwa mereka tidak mendistribusikan barang-barang yang diharamkan dan dapat membahayakan konsumen. Mereka mendistribusikan barang yang di produksi secara halal, sesuai dengan praktik bisnis yang diperbolehkan bahwa Islam mengajarkan bahwa tidak semua barang dan jasa dapat dikonsumsi dan diproduksi. Seorang muslim hanya diperkenankan mengkonsumsi dan memproduksi barang yang baik dan halal sehingga barang yang haram harus ditinggalkan.

Berdasarkan hasil wawancara, pihak pengelola dalam berdagang mereka memberikan informasi tentang barang secara jujur dan transparan, apa adanya, tidak menggoda, dan menjerumuskan pembeli. Seperti dalam menetapkan harga untuk sebuah barang atau produk yang mereka hasilkan harga disesuaikan dari ukuran, upmodel, bahan, dan tingkat kesulitannya. Misalnya seperti untuk bahan multi, itu kisaran harganya 2,7 juta, karena kayu ,ulti yang digunakan dikategorikan mahal harganya. Namun jika lemari biasa yang menggunakan kayu mahoni atau cempaka, itu kisaran harga mulai dari 100 ribu sampai dengan 1,2 juta rupiah. Sedangkan seperti pajangan dinding kisaran harga mulai dari 100 ribu sampai dengan 250 ribu, tergantung juga dengan tingkat kesulitan desain barang yang diproduksi.

Dan mereka memberikan penjelasan spesifikasi dan kegunaan barang/produk. Misalnya seperti kayu jenis apa yang digunakan, mengapa harus menggunakan kayu tersebut, seperti diluar ruangan (*outdoor*) dan di dalam

ruangan bagus menggunakan kayu jenis seperti apa agar konsumen merasa puas dan tidak ada kerugian pada salah satu pihak.¹⁴

Dari hasil wawancara dengan rekannya bapak Lucky mengatakan bahwa mereka melayani pembuatan produk atau barang sesuai dengan permintaan pelanggan tanpa adanya pemaksaan dan harga dapat disesuaikan. Produk yang dijualpun biasanya dalam kondisi baik atau tidak cacat namun apabila ada kecacatan barang yang tidak disengaja pada saat pendistribusian atau barang yang dipesan tidak sesuai atau tidak memuaskan seperti yang dijelaskan maka barang akan dimaksimalkan kembali.¹⁵

3. Etika Dalam Bidang Konsumsi

Konsumsi Islam senantiasa memperhatikan halal-haram, komitmen dan konsekuensi dengan kaidah-kaidah dan hukum-hukum syariat yang mengatur konsumsi agar mencapai kemanfaatan konsumsi seoptimal mungkin dan mencegah penyelewengan dari jalan kebenaran dan dampak mudharat baik bagi dirinya maupun orang lain.

Dalam konsumsi, seorang muslim harus memperhatikan kebaikan (kehalalan) sesuatu yang akan di konsumsinya. Konsumsi bagi seorang muslim hanya sekedar perantara untuk menambah kekuatan dalam mentaati Allah, yang ini memiliki indikasi positif dalam kehidupan ini. Mengonsumsi sesuatu yang halal dan tidak mengonsumsi dan menggunakan harta, barang atau jasa yang dilarang.

¹⁴ Riki, Pengelola, (*wawancara*), Pada tanggal 3 Juli 2018.

¹⁵ Lucky, Manager Pemasaran, (*wawancara*), Pada tanggal 3 Juli 2018.

Dianalisis dari hasil penelitian lapangan dari hasil wawancara bahwa etika konsumsi yang dilakukan oleh pemilik sekaligus pengelola usaha The Gergaji Tangan sudah sesuai dengan dengan etika Islam. Seperti dalam proses, cara mendapatkannya tidak dilarang didapat dengan jelas dan halal tanpa adanya unsur riba, merampas, menipu, mengurangi timbangan dan lain-lain. Dan jika dilihat dari kemanfaatan dan kegunaan barang yang dikonsumsi, memberikan manfaat dan tidak merugikan baik dirinya maupun orang lain. Sesuai dengan firman Allah dalam Al Qur'an surat Al-Maidah ayat 87 yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَحْرِمُوا طَيِّبَاتِ مَا أَحَلَّ اللَّهُ لَكُمْ وَلَا تَعْتَدُوا ۚ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْمُعْتَدِينَ ﴿٨٧﴾

Artinya: *"Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu meng-haramkan apa-apa yang baik yang telah Allah halalkan bagi kamu, dan janganlah melampaui batas. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang melampaui batas"*¹⁶

Pada ayat ini Allah SWT. Telah menegaskan lagi dengan sengaja bahwa segala yang dihalalkan Allah untuk orang mukmin itu, jangan lah diharamkan oleh mereka. Dan janganlah mereka menganggap bahwa satu-satunya jalan untuk mendekatkan diri kepada Allah ialah, mengharamkan diri dari menyentuh makanan yang baik, dan perbuatan itu adalah sifat zuhud yang terpuji. Sebagian orang ada yang menahan nafsu seleranya dari makanan yang baik dan berkata, haram atasku makanan-makanan yang sedap itu.¹⁷

¹⁶ Departemen Agama RI, Op. Cit. h.122

¹⁷ Syekh H Abdul Halim Hasan, Tafsir Al-Ahkam, (Jakarta: Kencana, 2006), h. 385-386

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan dapat ditarik beberapa kesimpulan dari penelitian penerapan etika bisnis Islam yang berwawasan lingkungan terhadap kepuasan konsumen di Usaha The Gergaji Tangan, Kelurahan Rajabasa Nunyai, Kecamatan Rajabasa, Bandar Lampung sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil observasi dan kuesioner yang diperoleh dari pedagang dan pembeli usaha The Gergaji Tangan apabila dilihat dari ke-empat prinsip-prinsip etika bisnis Islam yaitu: keadilan, kebenaran, prinsip kehendak bebas, dan prinsip tanggungjawab yang dijadikan tolak ukur sudah diterapkan dengan cukup baik oleh pedagang di usaha The Gergaji Tangan, hanya saja pada prinsip keadilan penjual dalam berdagang masih menawarkan barang dagangan dengan harga yang berbeda kepada pembeli.
2. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara, penerapan etika bisnis Islam dalam bidang produksi, distribusi, dan konsumsi sudah ditetapkan dengan baik di usaha the gerjaji tangan, yaitu produksi, distribusi, dan konsumsi tidak hanya memberi kebutuhan dan kepuasan kepada konsumennya saja melainkan juga menjadi sarana ketaatan kepada Allah SWT, dengan tidak hanya mementingkan keuntungan pribadi namun juga memberikan kemaslahatan bagi masyarakat dengan tidak mengabaikan lingkungan sosialnya.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas maka saran yang dapat diberikan sebagai berikut :

1. Bagi pedagang di usaha The Gergaji Tangan berdasarkan hasil penelitian pedagang diharapkan dapat bersikap adil kepada semua pembeli tanpa membeda-bedakan harga yang berbeda kepada semua pembeli baik itu konsumen tetap atau konsumen baru, agar bisnis yang dijalankan selama ini bertahan dan pembeli dapat menaruh kepercayaan yang tinggi pada penjual tersebut.
2. Bagi masyarakat atau pembeli kesadaran dan peran serta masyarakat dalam hal ini adalah para pembeli juga dituntut untuk mengerti dan memahami sistem etika bisnis dalam Islam yang ditekankan pada etika bisnis dalam transaksi jual beli, sehingga kedepannya tidak ada lagi hambatan-hambatan yang menyebabkan kekecewaan, kerugian serta ketidakadilan yang dirasakan baik pedagang maupun pembeli.
3. Bagi para pebisnis kesadaran dan peran serta masyarakat dalam hal ini adalah para pebisnis juga dituntut untuk mengerti dan memahami serta menerapkan sistem etika bisnis dalam Islam yang berwawasan Lingkungan, sehingga masyarakat dapat memahami pentingnya melaksanakan aktivitas bisnis yang tidak menimbulkan efek negatif kepada masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Aedy Hasan, *Teori dan Aplikasi Etika Bisnis Islam*, Bandung: Alfabeta Cv, 2011
- Anoraga Pandji, *Pengantar Bisnis: Pengelolaan Bisnis Dalam Era Globalisasi*
Jakarta: PT Rineka Cipta, 2011
- Arifin Johan, *Fiqh Perlindungan Konsumen*, Semarang: Raisal, 2007
- Arikunto Suharsimi, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Peraktek, Edisi Revisi*,
Jakarta: Rineka Cipta, 2010
- Aziz Abdul, *Etika Bisnis Perspektif Islam*, Bandung: Alfabeta, 2013
- Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, Bandung: PT Sygma
Examedia Arkanleema, 2014
- Djakfar Muhammad, *Etika Bisnis Menangkap Spirit Ajaran Langit Dan Pesan
Moral Ajaran Bumi*, Jakarta: Penebar Plus, 2012
- Hanif, *Etika Sumber Daya Manusia dan Urgensinya Terhadap Peningkatan
Profesionalisme Dosen*, Bandar Lampung: LP2M, 2016
- Hasan Ali, *Manajemen Bisnis Syariah*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009
- Harahap Isnaini, Nasution Yenni Samri Julianti, Marliyah, Syahriza Rahmi, *Hadis
Hadis Ekonomi*, Jakarta: Kencana, 2015
- Harapan S. Sofyan, *Etika Bisnis Dalam Perstektif Islam*, Jakarta: Salemba Empat,
2011
- Idri, *Ekonomi dalam Perstektif Hadis Nabi Edisi Pertama*, Jakarta: Kencana, 2015
- Khoiruddin, *Etika Bisnis Dalam Islam*, Bandar Lampung: LP2M, 2015
- Kotler philip, Keller Kevin lane, *Manajemen Pemasaran Edisi Ketiga Belas Jilid 1*,
Jakarta: Erlangga, 2008
- Kristianto Paulus Lilik, *Psikologi Pemasaran Integrasi Ilmu Psikologi Dalam
Kegiatan Pemasaran*, Yogyakarta: CAPS, 2011

- Kuncoro Mudrajad, *Metode Riset untuk Bisnis & Ekonomi Edisi 4*, Jakarta: Erlangga, 2013
- Mardalis, *Metode Penelitian Suatu Pendekatan Proposal, Cet X*, Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2008
- Mas'ud, Fuad, *Survei Diagnosis Organisasional, Konsep, dan Aplikasi*, Semarang: BP Undip, 2004
- Muhammad, *Paradigma, Metode dan Aplikasi Ekonomi Syari'ah*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008
- Muslich, *Etika bisnis Islam*, Yogyakarta : Ekosiana, 2004
- Narbuko Cholid, Achmadi Abu, *Metodologi Penelitian*, Jakarta: PT Bumi Angkasa, 2013
- Philip Kotler Philip Dan Keller Lane, *Manajemen Pemasaran, Edisi Kedua Belas*, Jakarta: Indeks, 2007
- Rudito Bambang, Famiola Melia, *Etika Bisnis dan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Indonesia*, Bandung: Rekayasa Sains, 2007
- Salam Burhanuddin, *etika sosial*, Jakarta: Rineka Cipta, 2002
- Subagyo Joko, *Metode Penelitian Dalam Teori dan Praktek*, Jakarta: PT Asdi Mahasatya, 2004
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif, DAN R&D*, Bandung:Alfabeta, 2016
- Sujarweni V. Wiratna, *Metodelogi Penelitian Bisnis Ekonom, Cet. I*, Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015
- Sumarni Murti, Suprihanto John, *Pengantar Bisnis Dasar-dasar Ekonomi Perusahaan*, Yogyakarta: Liberty, 2014
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif, DAN R&D, Cet 23*, Bandung :Alfabeta, 2016
- S. Supriyanto, Ernawati, *Pemasaran Industri Jasa Kesehatan*, Yogyakarta: CV Andi Offset, 2010

Wijayanti Titik, *Marketing Plan?*, Jakarta: Elex Media Komputindo, 2012

Yusuf M. Kadar, *Tafsir Ayat Ahkam Edisi II*, Jakarta: Amzah, 2013

JURNAL

Aulia Maslikhatul, Hidayat Imam, *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen* (Surabaya: Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen Vol 6, Nomor 5, Mei, 2017

Firdayetti, Ardianto Michael Toni Ardianto, “*Analisis Factor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumsi Di Indonesia Menggunakan Error Correction Model (ECM)*” .Media Ekonomi Vol. 19, No. 1

Hasbi Imanuddin, “*Bisnis Dengan Hijau Kan Bumi Biru Dan Langit*”. Jurnal universitas telkom, Vol 10, No 1, 2010

Muhsin Ahmad, Lucitasari Dyah Rachmawati, “*Analisa Strategis Pengembangan Produk Ramah Lingkungan Guna Mewujudkan Ekonomi Berawasan Lingkungan Di Provinsi Diy*”. Jurnal Industrial Engineering Conference 2011, 5 November 2011

Nawatmi Sri, “*Etika Bisnis Dalam Persektif Islam*”. Fokus Ekonomi, Vol. 9 No. 1 (April) 2010

Nilasari Eswika, Istiatin, “*Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen*” (Surakarta) : Jurnal Paradigma Vol. 13, No. 01, Februari – Juli 2015

Norvadewi, “*Bisnis Dalam Perspektif Islam (Telaah Konsep, Prinsip Dan Landasan Normatif)*”. Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam, Vol. 01 No. 01 (Desember) 2015

Partanto Pius A, Al Barry M.Dahlan, *Kamus Ilmiah Popular ArkolaI*, (Surabaya) 2001

Ridwan Muhammad, Fauzi D.H Ahmad, Bafadhal Aniesa Samira, “*Pengaruh Green Product, Green Advertising Dan Green Brand Terhadap Keputusan Pembelian*” Jurnal Administrasi Bisnis, Vol.55 No. 1, 2018

Shaputra Rizky Kharismawan, “*Penerapan Green Marketing Pada Bisnis*” Jurnal JIBEKA Volume 7, NO. 4, 2013

WEBSITE

<https://www.darmajaya.ac.id/id/riki-berkreasi-lewat-the-gerjaji-tangan/>

Kementrian Lingkungan Hidup, *Greening Business*” (On-line), tersedia di:
<http://www.menlh.go.id/greening-business/> (2018).

Teknik Planologi Perencanaan Wilayah dan Kota “ (On-line), tersedia di:
<http://www.radarplanologi.com/2015/12/indikator-pembangunan-berkelanjutan-berwawasan-lingkungan.html> (2017).



KUESIONER PENELITIAN KONSUMEN

A. Lembar Kuesioner Penelitian

Bersama ini, saya Aldea Rosa mahasiswa Program Studi Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung mohon kesediaan bapak/ibu untuk mengisi daftar kuesioner yang diberikan. Informasi yang bapak/ibu berikan merupakan bantuan yang sangat berarti bagi saya dalam rangka menyelesaikan penelitian skripsi saya yang berjudul **“Analisis Penerapan Etika Bisnis Yang Berwawasan Lingkungan Terhadap Kepuasan Konsumen Ditinjau Dari Perspektif Islam** (Studi Pada usaha The Gergaji Tangan)” guna menyelesaikan studi S1 sarjana ekonomi. Seluruh jawaban akan dirahasiakan. Atas bantuan dan kesediaan waktu bapak/ibu saya mengucapkan terimakasih.

B. Identitas Responden

1. Nama :
2. Usia :
3. Pekerjaan :
4. Alamat :
5. Jenis Kelamin :
6. Pendidikan Terakhir :

C. Petunjuk Pengisian Kuesioner

1. Berilah tanda checklist pada jawaban yang Bapak/Ibu anggap paling sesuai.
2. Setiap satu pertanyaan hanya membutuhkan satu jawaban saja.
3. Isi jawaban berikut sesuai dengan pendapat Bapak/Ibu dengan memberikan tanda checklist pada kolom yang tersedia. Kuesioner ini menggunakan Skala Likert dengan keterangan sebagai berikut:

Keterangan:

Skor:

Selalu

4

Sering

3

Kadang-kadang

2

Tidak pernah

1

1 Etika Bisnis Persepektif Islam

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban			
		Selalu	Sering	Kadang-kadang	Tidak pernah
Keadilan					
1	Penjual dalam berdagang tidak pernah menawarkan barang-barang dagangan dengan harga yang berbeda kepada semua pembeli				
2	Pada saat barang langka penjual tidak hanya mengutamakan konsumen tetap tetapi konsumen barupun diperhatikan				
kebenaran					
3	Barang yang dijual kepada pembeli sesuai dengan				

	kondisinya tanpa melebih-lebihkan ataupun mengurangi				
4	Penjual dalam berdagang tidak pernah mengurangi (ukuran dan jumlah) barang yang telah dibeli/pesan konsumen				
Kehendak Bebas					
5	Pihak The Gergaji membiarkan pedagang lain menjual barang dagangan yang sama dan bersaing secara sehat				
6	Penjual dalam berdagang tidak pernah memaksa pembeli untuk membeli barang dagangan yang dijual				
Tanggung Jawab					
7	Dalam berdagang jika ada keluhan dari pembeli, setiap keluhan selalu ditanggapi dengan baik oleh penjual/produsen.				
8	Dalam berdagang penjual selalu memenuhi barang pesanan pembeli sesuai kesepakatan				

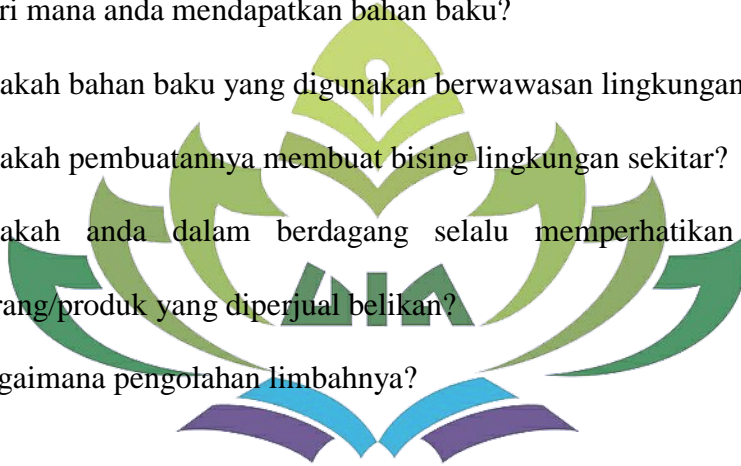
Keterangan:**Skor:**

Sangat Setuju	4
Setuju	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

No	Pertanyaan	JAWABAN			
		SS	S	TS	STS
1	Konsumen telah mendapatkan jasa yang sesuai dengan harapan.				
2	Pelayanan yang diberikan usaha The Gergaji Tangan telah sesuai dengan harapan konsumen.				
3	Barang/produk yang dihasilkan sesuai dengan harapan konsumen				
4	Konsumen berminat melakukan pembelian ulang terhadap jasa yang telah diberikan usaha The Gergaji Tangan.				
5	Konsumen bersedia memberikan rekomendasi kepada oranglain.				
6	Konsumen puas terhadap jasa yang telah diberikan usaha The Gergaji Tangan.				

**PANDUAN WAWANCARA KEPADA PENGELOLA USAHA THE GERGAJI
TANGAN BANDAR LAMPUNG**

- 1 Bagaimana tahapan yang dilakukan dalam memproduksi barang/produk?
- 2 Apakah ada kendala dalam memproduksi barang/produk?
- 3 Berapa banyak barang yang dihasilkan dalam sebulan?
- 4 Dari mana anda mendapatkan bahan baku?
- 5 Apakah bahan baku yang digunakan berwawasan lingkungan semua?
- 6 Apakah pembuatannya membuat bising lingkungan sekitar?
- 7 Apakah anda dalam berdagang selalu memperhatikan kehalalan akan barang/produk yang diperjual belikan?
- 8 Bagaimana pengolahan limbahnya?



**PANDUAN WAWANCARA KEPADA PENGELOLA USAHA THE
GERGAJI TANGAN BANDAR LAMPUNG**

- 1 Bagaimana cara anda menetapkan harga untuk sebuah barang/produk yang dihasilkan?
- 2 Bagaimana cara anda memasarkan produk/barang yang diproduksi?
- 3 Apakah anda selalu menepati janji kepada konsumen yang telah dijanjikan?
- 4 Apakah anda menjelaskan spesifikasi, kegunaan barang secara jujur, terus terang dan transparan?
- 5 Apakah anda membedakan konsumen lama dengan konsumen baru?
- 6 Apakah anda membebaskan konsumen memilih keinginannya, tidak melakukan pemaksaan, dan jika barang/produk yang dipesan tidak sesuai atau tidak memuaskan seperti yang dijelaskan, barang bisa dikembalikan?
- 7 Apakah produk atau barang yang dijual selalu dalam kondisi baik/tidak rusak?
- 8 Apakah anda memberikan keterangan ketika ada kecacatan produk/ barang yang dijual?



Pada saat wawancara dengan pengelola, Bapak Riki



Pada saat pembelian kayu di campang

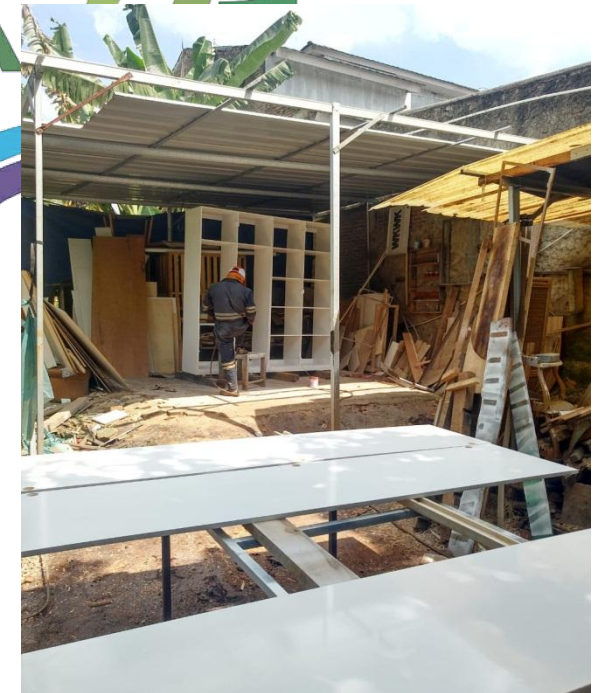


Foto pada saat proses produksi



Tempat Tidur Laci Bawah



Meja Kasir



Meja Belajar Anak



Lemari Baju



Meja Rias



Kitchen Cabinet



Showcase



Grobak Makanan



Book Shelf



Kursi Leyeh-leyeh



Bok Pena



Lemari Serbaguna

Contoh Hasil Produk The Gergaji Tangan